



NOMOR SKRIPSI

4353/KOM-D/SD-S1/2021

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

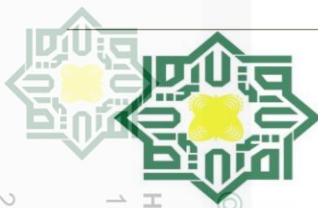
Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.1.Kom)

Oleh :

REVI NUR PRATIWI
NIM. 11643200911

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Revi Nur Pratiwi**
NIM : **11 643200911**
Judul : **Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility)
PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam
Mempertahankan Citra Perusahaan**

Telah di munaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:
Hari : **Rabu**
Tanggal : **23 Desember 2020**

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Januari 2021

Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/Penguji I

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag
Date: 2021.01.25 13:22:02 +0700

Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 1971061 21998031 1 003

Sekretaris/ Penguji II

Dr. Kodani, S. S M. Pd
NIK. 130 311 014

Penguji III

Muhammad Badri, SP, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

Penguji IV

Mardiah Rubani, M. Si
NIP. 19790302 2007012 023

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN PEMBIMBING

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

Disusun oleh:

Nama : Revi Nur Pratiwi

Nim : 11643200911

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal: 21 Oktober 2020.

Pembimbing,

Rohayati, M.I.Kom
NIK. 130 417 020

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 21 Oktober 2020

Dosen Pembimbing

No : Nota Dinas

Hal : Pengujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

di

Tempat

Assalamu 'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan hormat, setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa dibawah ini :

Nama : Revi Nur Pratiwi

NIM : 11643200911

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan

Dapat diajukan menempuh Ujian Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji pada sidang Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Demikian surat pengajuan ini dibuat dan atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum warohmatullahi wabarokaktuh

Pembimbing Skripsi,

Rohayati, M.I.Kom

NIK. 130 417 020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Revi Nur Pratiwi
 Nim : 11643200911
 Tempat/Tanggal Lahir : Dumai, 28 Januari 1998
 Prodi : Ilmu Komunikasi


Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini yang berjudul **"Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan"** ini berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan asli dari karya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum bagian skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan ketidak beneran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima saksi dari akademik berupa cabutan gelar yang diperoleh dengan karya tulis ini sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persyaratan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak siapapun.

Pekanbaru, 27 Januari 2021
 Yang Membuat Pernyataan,




REVI NUR PRATIWI
 Nim, 11643200911

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PT Pertamina Refinery Unit II Dumai merupakan perusahaan BUMN yang berada di Kota Dumai dan salah satu perusahaan yang pernah menjadi Ketua Forum CSR di Kota Dumai. CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar khususnya masyarakat di wilayah operasi perusahaan. Bentuk tanggung jawab itu tentunya di implementasikan dalam program CSR. Tidak hanya itu, tentunya dalam implementasikan program CSR ini juga sebagai wujud dalam mempertahankan citra perusahaan. Maka penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana implementasi PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. Jenis Penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis triangulasi data melalui wawancara semiterstruktur dengan 2 *key informan* dan 7 pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah Implementasi program CSR (Corporate Social Responsibility) bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar dan meningkatkan taraf hidup, memberikan edukasi dalam implementasi program CSR (Corporate Social Responsibility) dan juga dapat membentuk sebuah persepsi, kesan yang positif. Bahwasanya, PT Pertamina Refinery Unit II Dumai memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap stakeholder dan lingkungan sekitar. Maka upaya ini berguna untuk mempertahankan citra positif PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

Kata Kunci: *Implementasi, Program Corporate Social Responsibility (CSR), PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, Citra Perusahaan*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

PT Pertamina Refinery Unit II Dumai is a state-owned company located in Dumai City and one of the companies that has been the Chairman of CSR Forum in Dumai City. CSR is a form of corporate social responsibility to the surrounding community, especially the community in the company's operating area. That form of responsibility is certainly implemented in CSR programs. Not only that, of course, in implementing this CSR program is also a form of strengthening the company's image. So this research aims to see how the implementation of PT Pertamina Refinery Unit II Dumai in Maintaining the Company's Image. This type of research is qualitative descriptive method with data triangulation analysis technique through semistructured interview with 2 key informants and 7 supporters. The result of this research is the implementation of CSR (Corporate Social Responsibility) program aimed at empowering the surrounding community and improving living standards, providing education in the implementation of CSR (Corporate Social Responsibility) programs and can also form a perception, a positive impression. That is, PT Pertamina Refinery Unit II Dumai has a high sense of concern for stakeholders and the surrounding environment. Therefore, this effort is useful to maintain the positive image of PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

Keywords: *Implementation, Corporate Social Responsibility (CSR) Program, PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, Company Image*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran *ilahi Rabbul Izzati*, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan**”. tujuan penelitian skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana program S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan baik itu dari segi Bahasa, pemikiran dan pembahasan. Maka untuk itu, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya yang berkenan memanfaatkan skripsi ini sebagai mestinya. Proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak termasuk keluarga tercinta khususnya kedua orang tua. Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Rasiman dan Ibunda yang kusayangi Rusmini yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan Keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Kemudian penulis ingin menyampaikan ucapa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH Ahmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Drs. H. Suryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi, M.Pd dan Drs. H. Promadi, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Nurdin, MA., selaku Dekan Fakultas dan Komunikasi, Dr. Masduki , M.Ag., selaku Wakil Dekan I, Dr. Toni Hartono, M.Si., selaku Wakil Dekan II M.Azmi, S.Ag., M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Atjih Sukaesih, M.Si., selaku Ketua Prodi dan Yantos, M.Si., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dr. Atjih Sukaesih, M.Si., selaku Pembimbing Akademik
6. Rohayati, M.I.Kom., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan staff pengajar Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Seseorang yang sabar dan terus memberikan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Pembina sekaligus Teman-teman Sanggar FOCUS yang telah memberikan pengalaman berharga dan menjadikan perkuliahan ini menjadi warna-warni.
10. Adik tercinta, Reza Dwi Ananda yang selalu 24/7 mendengarkan keluh kesah selama di perkuliahan.
11. Sahabat senang susah bersama penulis, Syahriah Rizki Sukdah, Restu Hifziati Ummi, kak Riska Wahyuni, Rendi Reksani, Purnayudha Tarigan, Robbi Atmaja, Hardiansyah Desprayoga, Arfan Effendi, yang selalu mendengar keluh kesah penulis serta memberikan motivasi.
12. Sahabat Sejak Zaman Putih Abu-abu, Dhiyatul Amsiyah, Rahmad Nursubandi, Thalia Smart Aritonang, Rizki Ayu Fitriansari, Khori Datul Bahiyah yang menjadi saksi sejak dibangku Sekolah Menengah Atas hingga saat ini.
13. Keluarga Kost Karla-99, Papa dan mama yang selalu memberikan arahan, semangat dan selalu peduli selama 4 tahun berada di kost tersebut.
14. Sahabat Seperantauan "BucinFamily" Nina Rishanti, Septhereza Ummizry, Adella Mairani, Nanda Mulyani, Mira Widiana, Tengku Zatta Hulwani, Nuramalina, Puspita Disti yang selalu memberikan semangat dan hiburan canda tawa agar tidak terlalu fokus dalam pengerjaan skripsi ini.
15. Teman seperjuangan kelas C Public Relations 2017 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kenangan termanis selama di bangku perkuliahan.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Nikmat dan Karunia-Nya kepada penulis dan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin...*

Pekanbaru, Agustus 2020
Penulis

Revi Nur Pratiwi
NIM. 11643200911

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DATAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	14
1. Implementasi	14
2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	17
3. Citra	40
C. Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
1. Lokasi Penelitian	47
2. Waktu Penelitian.....	47
C. Sumber Data Penelitian	48
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Validitas Data.....	51
F. Teknik Analisis Data	51



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profil PT Pertamina (Persero)	54
1. Sejarah PT Pertamina (Persero)	54
2. Visi dan Misi PT Pertamina (Persero)	57
3. Logo PT Pertamina (Persero)	57
B. Profil PT Pertamina Refinery Unit II Dumai	58
1. Visi dan Misi PT Pertamina Refinery Unit II Dumai	61
2. Tata Nilai Perusahaan PT Pertamina Refinery Unit II Dumai	61
3. Strategi Perusahaan	61
4. Divisi Comm,Rel & CSR	62
5. Struktur Organisasi Comm,Rel & CSR	65

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	66
B. Pembahasan	93

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Stakeholder</i> pada perusahaan dan kriteria perusahaan	31
Tabel 3.1	Tabel Waktu Penelitian	48
Tabel 3.2	Identitas Informan	49
Tabel 5.1	Identitas Informan	67
Tabel 5.2	Pedoman Implementasi CSR & PT Pertamina RU II Dumai ..	72
Tabel 5.3	Pembagian wilayah Prioritas PT Pertamina Refinery Unit II Dumai	84
Tabel 5.4	Hasil Analisis Monitoring dan Evaluasi Program CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) tahun 2018/2019	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	45
Gambar 3.1	Komponen-komponen analisis data;model interaktif menurut Miles	52
Gambar 4.1	Skema Sejarah perubahan PT Pertamina (Persero)	56
Gambar 4.2	Lini Bisnis PT Pertamina (Persero).....	57
Gambar 4.3	Logo Perusahaan PT Pertamina (Persero).....	57
Gambar 4.4	Keadaan Kilang PT Pertamina Refinery Unit II Dumai	60
Gambar 4.5	Struktur Organisasi Divisi Comm,Rel & CSR	65
Gambar 5.1	Pelatihan Pengolahan Labu menjadi kripik.....	76
Gambar 5.2	Pemberian Vitamin A.....	77
Gambar 5.3	Panen Jagung kelompok Tani Bukit Mekar	78
Gambar 5.4	Pemanfaatan botol plastik menjadi meja/kursi/gapura.....	78
Gambar 5.5	Sarana Prasarana Adiwiyata di SDN 021 Tanjung Palas	79
Gambar 5.6	Pelatihan sablon tingkat pemuda.....	80
Gambar 5.7	Praktek pelatihan Fish Finder.....	81
Gambar 5.8	Program Kemitraan	89
Gambar 5.9	Penghargaan ISDA-2018.....	89
Gambar 5.10	Penghargaan dalam Rangka HUT Kota Dumai ke-20.....	90
Gambar 5.11	Penghargaan ISDA-2019.....	90

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia terdiri atas 34 Provinsi dan tentunya memiliki banyak bentuk perusahaan. Salah satu bentuk perusahaan yaitu Perseroan Terbatas (PT). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Perseroan Terbatas (PT) merupakan Serikat pekerja atau perusahaan dengan saham gabungan (tanggung jawab pemegang saham terbatas pada nilai nominal saham yang dimiliki).¹ Perseroan Terbatas (PT) terdapat berbagai macam perusahaan swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Setiap perusahaan tentunya memiliki tujuan yaitu untuk mencari profit sebanyak-banyaknya. Tetapi tidak hanya itu, perusahaan dituntut untuk peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Untuk itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dalam segala aspek dan tentunya patuh terhadap Undang-Undang yang dikeluarkan oleh Pemerintah.²

Salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negera (BUMN) yang bergerak dibidang industri yang berhubungan dengan Sumber daya alam maupun ekonomi tentunya memegang 3 prinsip yaitu, mencari keuntungan (*profit*), sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Dalam implikasinya prinsip ini juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* yang merupakan pihak terlibat dalam dampak perusahaan tersebut daripada kepentingan *shareholder*.³ Tidak habis pikir apabila perusahaan hanya memegang salah satu prinsip tersebut, dikarenakan tidak bisa menduga persoalan akan muncul dari faktor apa saja. Untuk meminimalisir dampak negative dari persoalan tersebut, maka perusahaan memiliki keharusan dalam memegang 3 prinsip tersebut yang tentunya akan memberikan dampak positif dalam segi ekonomi maupun sosial. Di tengah proses produksi perusahaan secara tidak langsung telah membuat

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Perseroan Terbatas (PT) diakses pada 6 Juni 2020 <https://kamuslengkap.id/kamus/kbbi/arti-kata/sero-terbatas-pt/>

² Hadi, Nor, "Corporate Social Responsibility", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 8

³ Amelia, Limijaya Felisia, "Triple Bottom Line dan Sustainability", Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Vol 18 No 1 (Januari 2014), 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pencemaran baik itu di lingkungan sosial maupun lingkungan sekitar perusahaan. agar tidak menimbulkan sebuah persoalan, sehingga pihak humas atau *public relation* membuat sebuah program atau aktivitas yang bersifat sosial ini dan akhirnya menjadikan nya agenda wajib perusahaan yang menghasilkan dampak positif di masyarakat. Kegiatan sosial ini dinamakan sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) yang kerap asing di telinga masyarakat, merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat terutama masyarakat yang berada dekat di sekitar Perusahaan. Menurut Kiroyan dalam Ricky Michael, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah konsep bahwa perusahaan harus melayani masyarakat dan memberikan keuntungan *financial* kepada *shareholder* secara berkelanjutan yang akhirnya pihak *manager* memberikan keputusan dan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah perencanaan yang strategis.⁴ Dalam pelaksanaannya, perusahaan perlu membuat sebuah rancangan program yang tujuan nya dapat mendukung serta menjalin hubungan baik kepada publik dan *stakeholder* yang memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut. Menurut Peraturan Menteri BUMN PER-02/MBU/7/2017 pada tanggal 05 Juli 2017 tentang program kemitraan dan program bina lingkungan badan usaha milik negara.⁵ Maka dari itu, dua program ini sudah ditetapkan untuk dilaksanakan oleh seluruh Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Edi Suharto bahwa Dalam menentukan prioritas tujuannya, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan ekonomi lingkungannya.⁶ Setiap perusahaan harus

⁴ Michael, Ricky, Santoso Tri Raharjo dan Risna Resnawaty, "Program CSR Yayasan Unilever Indonesia berdasarkan Teori Triple Bottom Line" Jurnal Pekerjaan Sosial Vol 2 No 1 (Juli 2019), 24

⁵ Peraturan Menteri BUMN PER-02/MBU/7/2017 Diakses pada 20 Mei 2020 dari <http://jdih.bumn.go.id/lihat/PER-02/MBU/7/2017>

⁶ Suharto, Edi, "Pekerjaan Sosial Industry, CSR dan Communication Development, Workshop tentang Corporate Social Responsibility (CSR), (Bandung: Lembaga Studi Pembangunan STKS), 51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mempunyai nilai positif di masyarakat lingkungannya, baik itu perusahaan swasta maupun milik negara. Dimana sudah diatur oleh Menteri sebagaimana dalam Permen-05/MBU/2007 bahwa perusahaan wajib melaksanakan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) di sekitar wilayah tempat perusahaan itu beroperasi.⁷ Sedangkan di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat implementasi keuangan berkelanjutan di Indonesia.⁸

Menurut Pjs General Manager Pertamina Refinery Unit II Dumai Joko Pranoto mengungkapkan, “Rencana CSR ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kelangsungan hidup masyarakat di sekitar wilayah operasi. Selain memastikan produk bahan bakar tetap terjaga, kami juga perlu memastikan kelangsungan hidup masyarakat di wilayah PT Pertamina Refinery II Ring 1, terutama kesehatannya yang baik..”⁹ hal ini sebenarnya mereka lakukan karena CSR ini merupakan sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekitar perusahaan. sebagai BUMN yang bergerak dalam bentuk migas PT Pertamina Refinery Unit II Dumai sangat memahami hal itu. Dan kelebihan ini tentunya menjadi dasar dalam pengoptimalan pemberdayaan masyarakat.

Dalam keberlangsungan program CSR, pihak perusahaan lebih memfokuskan ke 4 pilar, “4 pilar yang dimaksud yaitu, Pertamina Cerdas, Pertamina Sehat, Pertamina Hijau dan Pertamina Berdikari.”¹⁰ Menurutnya, Dari 4 pilar ini berarti perusahaan tidak bisa memikirkan *profit*. Pilar ini tentunya menjadi sebuah komitmen perusahaan kepada masyarakat. Ditengah persaingan ekonomi di bidang migas, tentunya sejak PT Pertamina Refinery

⁷ Peraturan Menteri BUMN PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 diakses pada 20 Mei 2020 <http://jdih.bumn.go.id/lihat/PER-05/MBU/2007>

⁸ Undang-Undang no 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas diakses pada 20 Mei 2020 <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>

⁹ Diakses pada 01 Februari 2020 <https://pertamina.com/id/news-room/csr-news/pertamina-ru-ii-luncurkan-lima-program-csr-kesehatan>

¹⁰ Sumber lisan Diaz Anthera pada 20 September 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Unit II Dumai beroperasi telah memberikan sumbangan nyata terhadap kemajuan dan perkembangan khususnya Kota Dumai. Dalam pelaksanaanya, perusahaan tentunya telah memiliki anggaran yang cukup besar untuk CSR ini. “Anggaran yang direncanakan untuk tahun 2019 adalah mencapai 2.350.000.000 dan sudah direalisasikan”¹¹

Setelah program CSR telah berjalan di masyarakat, PT Pertamina Refinery Unit II Dumai juga melaksanakan monitoring dan evaluasi terhadap program tersebut. Agar nantinya dapat mengukur sejauh mana keberhasilan program itu telah di implementasikan. “Untuk tahun 2019 saja mencapai 91% dalam pencapaian program”¹². Hasil ini nantinya dapat dijadikan sebagai upaya perbaikan dalam meningkatkan mutu dan kualitas program CSR dengan harapan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, pemerintah dan perusahaan itu sendiri. Monitoring dan evaluasi juga dapat digunakan dalam koreksi terhadap program yang sedang berjalan maupun untuk waktu yang akan datang.

Perusahaan PT Pertamina Refinery Unit II Dumai sendiri sudah memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Sejak berdiri pada 10 Desember 1957, perusahaan ini tentunya sudah memberikan sumbangan nyata terhadap eksistensi perusahaan ini nantinya. Menurut Elvinaro Ardianto dalam Rama Kertamukti bahwasanya citra yaitu bagaimana pihak lain atau individu memandang sebuah perusahaan dalam suatu aktivitas.¹³ terkait hal ini tentunya pihak CSR dan Kerjasama oleh pihak *public relation* memiliki strategi dalam pemberntukan citra. Menurutny terdapat lima pilar dalam aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) yaitu:¹⁴ 1) *Building Human Capital*, 2) *Strengthening Economies*, 3) *Assessing Social Chesion*, 4) *Encouraging Good Governance*, 5) *Protecting the Environment*.

¹¹ Arsip Data CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai tahun 2019.

¹² Arsip Data CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai tahun 2019

¹³ Kertamukti, Rama, “Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), Jurnal Komunikasi Profetik Vol 8 No 1 (April 2015) 59

¹⁴ Rakhmawati R, Raesita dan Anwar Sani, “Implementasi Kegiatan Corporate Communication oleh Divisi Corporate Secretary PT. Bio Farma (Persero)”, Jurnal Ilmiah Studi Hubungan Masyarakat Vol 1 No 1 (Agustus 2016), 42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sejauh ini PT Pertamina Refinery Unit II Dumai pernah dipercayakan menjadi ketua CSR Forum Kota Dumai pada tahun 2013-2016, ujar Junior Officer CSR Pertamina Refinery Unit II Dumai.¹⁵ Oleh karena itu, ajang ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana program *corporate social responsibility* (CSR) yang telah memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Dan pihak perusahaan tentunya terus berupaya berupaya dalam mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat melalui implementasi program *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana perusahaan dalam melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR) dengan tetap mempertahankan citra perusahaan itu sendiri. Sehingga, penulis menarik kesimpulan dengan judul “*bagaimana implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*”

B. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan” maka penulis perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut :

1. Implementasi

Implementasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu pelaksanaan atau penerapan. Dalam penelitian ini merupakan suatu pelaksanaan atau penerapan dalam program *corporate social responsibility* dalam segala bidang, antara lain bidang Pendidikan, kesehatan, berdikari dan penghijauan.¹⁶

¹⁵ Sumber Lisan, Wawancara melalui chatting dengan Kevin Gumilang (Junior Officer CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai) tanggal 15 Juni 2020

¹⁶ <https://kbbi.web.id/implementasi> diakses pada 22 Mei 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan yang berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, komunitas maupun masyarakat sekitar yang berlandaskan hukum.¹⁷

3. Citra

Citra merupakan suatu gambaran, impresi dari seseorang atau kelompok terkait suatu objek yang bersangkutan.¹⁸

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dilihat sejumlah masalah yang memungkinkan dapat dijelaskan dalam penulisan skripsi ini. Penulis akan merumuskan dalam permasalahannya “bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan” ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini digunakan sebagai media pembelajaran Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. Untuk

¹⁷ Desy Kadek Aprianthiny, “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Usaha pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Bali, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol 5 No 1, (2015)

¹⁸ Firsan Nova, “Strategi Public Relation :Menghadapi Krisis,Mengelola Isu, Membangun citra, dan Reputasi Perusahaan”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 298

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan referensi serta penelitian yang relevan bagi mahasiswa yang meneliti objek yang sama.

F. Sistematika Penulisan

Agar dapat memudahkan susunan penelitian ini, penulis menetapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, penegasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian kajian teori, kajian terdahulu dan konsep operasional.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, unit populasi dan unit sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi tentang gambaran umum

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Dalam kajian penelitian terdahulu ini peneliti akan membahas penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Tujuan dari pemaparan kajian terdahulu yaitu untuk menunjukkan posisi penelitian, perbedaan dan menjadikan acuan penelitian sebelumnya ini sebagai perbandingan. Adapun penelitian peneliti yang membahas tentang “Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ” :

Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh saudara Ilhamdi Prayadi Putra Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau tahun 2017, judul **“Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) bidang Empowerment PT Pertamina RU-II Dumai”** yang dikutip dalam jurnal JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017. Tujuan penelitian ini mengetahui bagaimana perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan yang dilakukan oleh PT. Pertamina RU-II dalam implementasi program pemberdayaan CSR mereka. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.¹⁹

Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa humas PT. Pertamina RU-II Dumai telah melakukan beberapa tahap dalam melaksanakan program pemberdayaan CSR mereka seperti: Pertama, perusahaan memetakan wilayah wilayah menggunakan pemetaan sosial melalui kerjasama dengan pihak ketiga seperti Universitas. Kedua, dalam mengimplementasikan program CSR perusahaan akan bekerja sama dengan beberapa mitra seperti PNPM Mandiri dan LPMK. Ketiga, evaluasi dari program CSR yang telah dilakukan akan dilakukan oleh tim auditor dari kantor pusat PT. Pertamina (Persero) berlokasi di Jakarta, sedangkan evaluasi program akan dilakukan oleh PT. Pertamina RU-II bersama dengan mitra kerja mereka dari kegiatan program CSR.

¹⁹ Putera Ilham Prayadi, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Empowerment PT Pertamina RU-II Dumai, Jom Fisip, Vol 4 no. 2 (Oktober 2017), 1 – 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terakhir, hasil evaluasi akan dilaporkan ke Senior CSR Officer di kantor pusat di Jakarta dan kemudian mereka akan mempublikasikannya di Laporan Tahunan yang dapat diakses oleh seluruh orang di negara ini

Penelitian yang dilakukan oleh Ilhamdi Prayadi Putra memiliki konsep dan objek penelitian yang sama yaitu pada CSR dan tepatnya berlokasi di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, maka peneliti memiliki perbandingan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Penelitian Ilhamdi Prayadi Putra mempunyai perbedaan yaitu mengenai subjek penelitian, dimana focus penelitian nya dalam menjalankan implementasi program CSR hanya di bidang empowerment saja, sedangkan focus penelitian peneliti adalah lebih general dalam pengimplementasian CSR dan juga focus dalam mempertahankan citra perusahaan.

Penelitian yang kedua yaitu penelitian dari saudari Siti Qona'ah Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika dengan judul penelitian **“Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Sari Husada Melalui Pemberdayaan Perempuan “Warung Anak Sehat” di SDN Gondolayu Yogyakarta”** yang dikutip dalam Jurnal Komunikasi Volume VIII Nomor 2, September 2017. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi program *corporate social responsibility* (CSR) PT Sari Husada Melalui pemberdayaan perempuan di Warung Anak Sehat SDN Gondolayu Yogyakarta. Dalam penelitian ini para peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus.²⁰

Hasil dari penelitian ini adalah Melalui pemberdayaan perempuan dengan tema Warung Anak Sehat dalam memperbaiki gizi anak Sekolah Kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan usaha mikro yang disertai dengan pelatihan keuangan dan edukasi gizi untuk makanan yang sehat dan bernutris sesuai standar BPOM di lingkungan sekolah Pada hakikatnya PT Sari Husada dalam melaksanakan *corporate social responsibility* bertujuan untuk meningkatkan pola konsumsi makanan sehat dengan memberdayakan

²⁰ Qona'ah Siti, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Sari Husada Melalui Pemberdayaan Perempuan “Warung Anak Sehat” di SDN Gondolayu Yogyakarta”, Jurnal Komunikasi, Vol VIII No 2 (September 2017), 73 – 80

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

perempuan untuk membantu pemerintah dalam memperbaiki gizi anak sekolah dan mampu menciptakan Generasi Maju Indonesia.

Persamaan penelitian Siti Qonaah dengan penelitian yang peneliti laksanakan terletak dalam metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Kemudian perbedaan pertama antara penelitian yang akan peneliti laksanakan dengan penelitian Siti Qonaah adalah penelitian tersebut mendalami program Corporate Social Responsibility (CSR) melalui pemberdayaan perempuan untuk membantu Pemerintah dalam memperbaiki gizi anak sekolah dan menciptakan generasi maju Indonesia. Perbedaan kedua yaitu objek penelitian nya, dalam penelitian Siti Qonaah melakukan penelitian di SDN Gondolayu Yogyakarta.

Selanjutnya, penelitian ketiga yang dilakukan oleh kelompok Lin Aqiela, Santoso Tri Raharjo dan Risna Resnawaty Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Padjadjaran. Dengan judul penelitian **“Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corps”** yang dikutip dalam jurnal social network Volume 8 No 2 halaman 211-218. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan implementasi program CSR yang dilakukan oleh perusahaan El-Corps ditinjau dari motif, bentuk atau model implementasi CSR yang dilakukan. Serta penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motif perusahaan El-Corps dalam melaksanakan program CSR adalah berdasarkan pada konsep *political theories*.²¹

Penelitian yang dilakukan oleh Lin Aqiela dkk memiliki konsep yang sama yaitu pada CSR, maka peneliti memiliki perbandingan dengan penelitian penelitian. Dimana penelitian Lin Aqiela menggunakan *political theories* sedangkan peneliti menggunakan *triple bottom line theory* dalam implementasi program CSR dalam mempertahankan citra perusahaan. Dan juga lokasi penelitian Lin Aqiela dkk yaitu di El-Corps.

²¹ Aqiela, Lin, Santoso Tri Raharjo dan Risna Resnawaty, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corps”, jurnal social network Vol 8 No 2(2018), h 211 – 218.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya, penelitian keempat yaitu penelitian oleh saudari Olza Triyani Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Dengan judul penelitian **“Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT Chevron Pacific Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan”** yang dikutip dalam jurnal Jom Fisip Volume 4 No 2 (Oktober 2017). mengetahui implementasi program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT. Chevron Pacific Indonesia di bidang pendidikan, mengetahui mekanisme pelaksanaan program CSR Chevron Riau Darmasiswa dan untuk mengetahui faktor penentu tingkat keberhasilan dan kendala pelaksanaan program CSR Chevron Darmasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan *Two Way Asymmetrical Model*.²²

Dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa bahwa pelaksanaan Program Darmasiswa Chevron Riau berjalan dimulai dari konsep awal program beasiswa khusus DCR untuk siswa sekolah menengah terbaik di setiap kabupaten/kota di Provinsi Riau. Pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi program DCR adalah Dinas Pendidikan dari provinsi ke kabupaten / kota dan Politeknik Caltex Riau. PR memainkan peran publikasi yang bertanggung jawab dan membangun jejaring dengan pihak-pihak yang membantu. Mekanisme implementasi program DCR dimulai dari tahap sosialisasi, kemudian seleksi siswa SMA / MA / SMK di setiap sekolah dengan kriteria juara umum 1, 2 dan 3 di kelas XII dan mendaftar di situs web. Tahap berikutnya dari tes tertulis kemampuan akademik dilakukan di tingkat kabupaten / kota. Kemudian pengumuman hasil seleksi tingkat kabupaten di media cetak lokal. Peserta yang memenuhi syarat diundang untuk seleksi provinsi. Tahap akhir dari pengumuman pemenang DCR dan Pelantikan. Faktor penentu tingkat keberhasilan program tidak dapat dipisahkan dari dukungan masyarakat lokal dan partisipasi sekolah di 12 kabupaten / kota.

²² Triyani, Olza, “Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT Chevron Pacific Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan”, Jom Fisip Vol 4 No 2, (Oktober 2017), h 1-15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak ada kendala berarti dalam implementasi program. Masih ada sekolah yang berlokasi di daerah terpencil yang tidak mengetahui Program DCR.

Penelitian yang dilakukan oleh Olza Triyani memiliki konsep dan metode yang sama dengan peneliti yaitu sama halnya menggunakan konsep CSR dan metode kualitatif dalam pelaksanaannya. Perbandingan yang terlihat dalam penelitian Olza Triyani dengan penelitian peneliti yaitu mengenai subjek dan lokasi penelitian. Fokus penelitian Olza Triyani adalah implementasi CSR dalam meningkatkan kualitas Pendidikan, sedangkan fokus penelitian adalah bagaimana implementasi CSR dalam mempertahankan citra perusahaan. Lokasi penelitian yang difokuskan oleh Olza Triyani adalah di PT Chevron Pacific Indonesia, sedangkan lokasi penelitian penelitian yaitu di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

Penelitian yang kelima yaitu penelitian oleh Siti Qonaah Akademi Komunikasi BSI Jakarta dengan judul penelitian **“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN Distribusi Jawa Tengah dalam Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan melalui Program “PLN PEDULI”** “ yang dikutip dalam jurnal komunikasi dengan Volume 9 No 1 Maret 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan Melalui Program "PLN Peduli" (Studi Kasus Pada Program CSR PT PLN disibusi Jawa Tengah Melalui Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan di Deswita Pandansari Kabupaten Batang Jawa Tengah).²³

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan bahwa " PLN Peduli "adalah bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan pemberdayaan masyarakat dan lingkungan di Pan dansari Batang Jawa Tengah. dengan demikian program tanggung jawab sosial perusahaan dengan tema "PLN

²³ Qonaah, S. "Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “ PLN PEDULI .” *Jurnal Komunikasi*, Vol 9 No 1,(Maret 2018), 46–52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peduli" melalui pemberdayaan masyarakat dan Lingkungan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan manajemen masyarakat.

Persamaan penelitian Siti Qonaah dengan penelitian peneliti yaitu terletak dalam metode dan subyek penelitiannya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan subyek penelitian yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kemudian perbedaan antara penelitian Siti Qonaah dengan penelitian peneliti yaitu terletak dalam fokus penelitian. Dalam halnya penelitian Siti Qonaah fokus bagaimana implementasi CSR dalam meningkatkan kesejahteraan dan manajemen masyarakat melalui program pemberdayaan masyarakat "PLN PEDULI" sedangkan fokus penelitian peneliti yaitu bagaimana implementasi CSR dalam mempertahankan citra perusahaan.

Selanjutnya penelitian keenam, yaitu penelitian oleh Rezky Aditya Suryani dan Yan Hendra di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dengan judul penelitian **"Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat"** yang dikutip dalam jurnal interaksi Volume 2 Nomor 1 Edisi Januari 2018 hlm 85 – 106. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui implemetasi corporate social responsibility PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk peningkatan taraf hidup masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan Analisa kualitatif.

24

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi *corporate social responsibility* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II diterapkan melalui pelaksanaan kegiatan-kegiatan dengan target capaian yang sifatnya jangka pendek dan jangka panjang. Dalam pelaksanaan program CSR tersebut, terdapat beragam penilaian dari masyarakat. Tanggapan dari masyarakat menjadi masukan bagi perusahaan untuk terus melakukan upaya pembenahan diri khususnya berkaitan dengan penerapan strategi komunikasi yang lebih efektif.

²⁴ Suryani Rezky Aditya, dan Yan Hendra, "Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat", Jurnal Interaksi Vol 2 No 1, (Januari 2018), hlm 85 - 106

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Dilihat dari judul memiliki sudut pandang yang berbeda antara penelitian Rezky Aditya dkk dengan penelitian peneliti yaitu fokus penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Rezky Aditya dkk fokus dalam bagaimana implementasi program CSR untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat di sekitar perusahaan. Sedangkan peneliti fokus dalam bagaimana implementasi program CSR dalam mempertahankan citra perusahaan. Sedangkan persamaanya terlihat dalam metode dan lokasi penelitian.

B. Landasan Teori

1. Implementasi

Pengertian Implementasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan pelaksanaan atau penerapan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak.²⁵ Sedangkan menurut Charles O. Jones dalam Olza Triyani (2017) mengungkapkan bahwa implementasi itu “*getting the job done*” dan “*doing it*”²⁶. Implementasi merupakan suatu proses kegiatan yang mengoperasikan strategi dalam pelaksanaan pengembangan prosedur dan anggaran. Implementasi berawal dari aktivitas yang melakukan sebuah aksi, tindakan atau mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas saja, melainkan suatu kegiatan yang terencana yang dilakukan secara maksimal dengan memperhatikan norma tertentu untuk mencapai tujuan.

Sedangkan menurut Daniel Mazmanian dan Paul Sabatier mendefinisikan implementasi sebagai pelaksana keputusan kebijakan dasar yang biasanya berbentuk perundang-undangan, namun dapat berbentuk perintah – perintah atau keputusan – keputusan eksekutif yang penting atau keputusan peradilan.²⁷ Dalam hal ini keputusan ini mengidentifikasi masalah, menjelaskan tujuan atau sasaran yang akan dicapai dan apapun cara dalam mengatur sebuah proses implementasi.

²⁵ <https://kbbi.web.id> diakses pada 22 Mei 2020

²⁶ Triyani, Olza, “Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT Chevron Pacific Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan”, Jom Fisip Volume 4 No 2, (Oktober 2017). 8

²⁷ Suparno, “Implementasi Kebijakan Publik dalam Praktek” , (Sidoarjo; Dwiputra Pustaka Jaya, 2017), 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapat disimpulkan dari definisi menurut pendapat para ahli, bahwa implementasi merupakan suatu kegiatan yang mengacu pada Tindakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Implementasi ini dilakukan oleh pelaksana kebijakan dalam perumusan atau pembuatan kebijakan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan yang telah disepakati, namun berhasil atau tidaknya tergantung dari implementasi dari kebijakan itu sendiri.

Sedangkan definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut the *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal (masyarakat sekitar) perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bersama.

Maka disimpulkan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tindakan atau sistem yang terencana untuk mencapai tujuan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bersama berdasarkan ekonomi, sosial dan lingkungan.

Menurut Abdul Wahab dalam buku *Implementasi Kebijakan Publik dalam Praktek*, menjelaskan fungsi implementasi kebijakan adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memungkinkan tujuan-tujuan atau sasaran diwujudkan sebagai *outcomes* (hasil akhir dilakukan Pemerintah).²⁸ Menurut Nor Hadi ada beberapa strategi dalam pelaksanaan corporate social responsibility (csr), yaitu :²⁹

- a. Program dengan sentralisasi yang merupakan bentuk aplikasi program tanggung jawab sosial yang terpusat di perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan yang memegang andil penuh dalam pengaplikasian yang akan dilaksanakan dan tentunya program ini dapat bekerja sama dengan

²⁸ Ibid 16

²⁹ Nor Hadi, "Corporate Social Responsibility", (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2011)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak lain, seperti EO, LSM, Pemerintah setempat dan institusi Pendidikan.

- b. Program dengan desentralisasi, dalam hal ini perusahaan berperan sebagai tim pendukung kegiatan baik itu pendanaan, sponsorship maupun material. Perencanaan, strategi, target dan tujuan ditentukan oleh pihak yang disebut dengan mitra.
- c. *Mixed type*, merupakan pemaduan pola antara sentralisasi dan desentralisasi yang cocok dalam program *community development*.

Menurut Syafrizal dalam buku CSR Indonesia sinergi Pemerintah, Perusahaan dan public terdapat 5 langkah agar tercapai perencanaan implementasi CSR:³⁰

- a. *Engagement*, dalam hal ini sosialisasi perlu dilakukan sebelum terlaksana program CSR tersebut guna agar terjalin keharmonisan, pemahaman dan saling percaya.
- b. *Assessment*, sebelum merumuskan program maka diperlukan untuk identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat.
- c. *Plan of action*, selanjutnya diperlukan merumuskan rencana aksi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.
- d. *Action and Facilitation*, setelah perumusan rencana aksi akan dilakukan penerapan program yang telah disepakati antara perusahaan dan masyarakat. Program ini dapat dilaksanakan mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal, namun perusahaan dan pihak LSM dapat memfasilitasinya. Dan untuk tidak lupa untuk *monitoring*, supervise dan pendampingan agar implementasi program dapat berhasil dijalankan.
- e. *Evaluation and Termination or Reformation*, jangan lupa untuk menilai sejauh mana pelaksana program telah berjalan di lapangan. Apabila setelah evaluasi program akan ada terdapat pengakhiran kontrak (*termination*) antara pihak-pihak yang terlibat.

³⁰ Prajarto, Nunung (ed), "CSR Indonesia: sinergi pemerintah, perusahaan dan public". (Yogyakarta: Fisipol UGM, 2012)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meskipun perusahaan telah merencanakan demi kelancaran pengimplementasian program, ada pula hal yang penting untuk diperhatikan. Kegagalan kemungkinan bisa terjadi apabila kita terlalu lalai dan tidak memikirkan kegagalan ini sejak jauh hari. Menurut Whelen dan Hunger³¹ ada 10 masalah yang biasanya timbul dalam implementasi program tersebut, antara lain:

- a. Ada masalah yang begitu besar dan tidak terantisipasi
- b. Koordinasi kegiatan yang tidak efektif
- c. Implementasi berjalan lebih lambat dari rencananya
- d. Kurang pemantauan kegiatan melalui system informasi
- e. Kemampuan karyawan yang terlibat kurang memadai
- f. Kegiatan yang bentrok sehingga kuncup krisis yang mengganggu perhatian dalam implementasi rencana
- g. Faktor lingkungan eksternal yang tidak diperhatikan
- h. Kurang nya komunikasi antara atasan sehingga menyebabkan miss communication.
- i. Kurang dalam merumuskan suatu kegiatan implementasi yang penting
- j. Tidak diberikan pelatihan kepada karyawan level bawah

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dahulunya, tanggung jawab sosial dilaksanakan apabila perusahaan tersebut telah beroperasi sesuai dengan aturan, menghasilkan keuntungan dan tentunya menyediakan lapangan kerja. Tetapi di masa sekarang, *Corporate Social Responsibility (CSR)* Perusahaan untuk lebih berperan aktif kepada masyarakat sekitar wilayah operasi. Tujuan lainnya agar Perusahaan memperhatikan etika bisnis dalam operasi dan terus berkontribusi untuk masa yang akan datang. Perkembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sendiri sudah ada sejak 1950an hingga sekarang memberikan dampak besar kepada perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* tentunya untuk masa yang akan datang.

³¹ Iriantara, Yosai, "Community Relation Konsep dan Aplikasinya", (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2013), hal 143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Defenisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara etimologis kata “*Corporate*” berasal dari Bahasa latin “*corpus*” yaitu badan atau tubuh. Jika dikaitkan dalam bisnis (*corporate*) merujuk kepada perusahaan atau badan hukum. Istilah “*social*” dalam “*Corporate Social Responsibility*” dihubungkan menjadi perusahaan yang bertujuan untuk mendapat keuntungan tetapi tidak mengenal hal-hal yan bersifat *social*. Kedua istilah tersebut (korporasi dan social) justru di berikan bobot moral yang kuat dengan menambahkan istilah *responsibility* atau tanggung jawab.³² Sehingga dapat diartikan bahwa *Corporate social responbility* (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab sosial atau koorporasi. Donna J. Wood menyebutkan bahwa pada saat ini terdapat banyak macam Bahasa yang menggambarkan istilah CSR ini sendiri, namun memiliki tujuan konseptual yang sama. Misalnya, *Corporate Social Responbility*, *Corporate Citizenship*, *Responsible Business* dan *Corporate Social Performace*.³³

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial terhadap rasa kepedulian dalam mensejahterakan pihak internal maupun eksternal perusahaan. Seperti, kesejahteraan masyarakat sekitar, kelestarian lingkungan, serta tenaga kerja perusahaan yang berada dalam praktik bisnis perusahaan.³⁴ Sedangkan menurut Rudito dan Famiola CSR itu dapat di katakan sebagai suatu interaksi antara perusahaan dengan komunitas lokal. Dimana ini sebagai suatu keharusan perusahaan untuk meningkatkan rasa kepedulian terhadap masyarakat.³⁵

Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur oleh Pemerintah dengan mengeluarkan peraturan no 47 tahun 2012

³² Ruslan, Rosady, “Manajemen Public Relations & Media Komunikasi”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), 191

³³ Budiyo, Tri, “Hukum Perusahaan”, (Salatiga: Griya Media, 2011), 107

³⁴ Yoga, Maulana, Yusuf, dkk, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia” Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Vol 5 No 3, (2019), 255

³⁵ Rudito, B dan Melia F, “CSR (Corporate Social Responsibility), (Bandung:Rekayasa Sains, 2013), 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai peraturan pelaksanaan pasal 74 UU tersebut.³⁶ Sebelumnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam Undang-Undang Pasal 74 No. 40 tahun 2007, yang memiliki beberapa point aturan berikut ini :

Ayat 1: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Ayat 2: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dalam ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Ayat 3: Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ayat 4: Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan Chakrabhoty(2010) dalam jurnal RJOAS mengenai **“Implementation of Corporate Social Responsibility Program in Gresik Petrochemical”** menyimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility itu mengenai bagaimana caranya perusahaan mengelola proses bisnis dan mendapatkan citra positif di masyarakat.³⁷ Maka demikian, perusahaan dapat mempertimbangkan antara kepentingan masyarakat dan proses kepentingan perusahaan yang didalamnya terdapat pelanggan, karyawan dan stakeholder.

ISO 26000 merupakan standar internasional untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) menyebutkan definisi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam *Guidance on Social Responsibility*, bahwa CSR merupakan sebuah tanggung jawab perusahaan terhadap dampak

³⁶ PP No. 47 tahun 2012

³⁷ Riswanto, Iwan, dkk , “Implementation of Corporate Social Responsibility Program in Gresik Petrochemical”, Journal International by RJOAS Vol 1 no 85, (2019), 499
[DOI 10.18551 / rjoas.2019-01.61](https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.61)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari kegiatan di masyarakat lingkungannya yang diwujudkan dalam bentuk perilaku etis dan transparan yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan mensejahterakan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan yang sejalan dengan hukum dan ditetapkan oleh norma-norma perilaku internasional; serta integrasi dengan organisasi secara menyeluruh.³⁸

Untuk itu, peneliti menyimpulkan dari berbagai pendapat para ahli diatas bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah komitmen dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang tentunya tidak dapat berdiri sendiri, hal ini dikarenakan perusahaan memiliki bentuk rasa tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Perusahaan juga harus berkontribusi dalam melakukan pembangunan yang berkelanjutan. Tidak hanya itu perusahaan juga memiliki rasa bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan perusahaan atau *stakeholders* dalam mewujudkan hubungan baik dan meningkatkan reputasi dan citra di mata publiknya dan tentunya perusahaan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam penyebutan nya *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki beragam istilah yang berbeda-beda di setiap Perusahaan, meskipun begitu pemaknaan nya tetaplah sama yang memiliki fungsi dalam pelaksanaannya.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini muncul sekitar tahun 1990-an yang bermula dari konsep kekayaan Perusahaan U.S Steel di Amerika Serikat. Dimana perusahaan tersebut memiliki 2 prinsip dasar yaitu prinsip amal dan prinsip mengurus harta orang lain. Sedangkan menurut Crowther David yang di kutip kembali oleh jurnal Prosiding Penelitian dan Pengaduan kepada masyarakat menyebutkan

³⁸ Suharto, Edi, "Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggung jawab sosial Perusahaan", (Bandung, PT Refika Aditama, 2007), Draft 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ada 3 prinsip dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) diantaranya:³⁹

1) *Sustainability*

Merupakan upaya dalam memanfaatkan sumberdaya agar tetap ada di generasi yang akan datang. Disini peran perusahaan yang selalu memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dan memberikan arahan untuk generasi masa depan. Sehingga upaya ini akan terus berputar dan terus memperhatikan keadaan dan kondisi sumber daya tersebut. Karena apabila tidak diperhatikan maka upaya ini tidak dapat berputar untuk masa yang akan datang.

2) *Accountability*

Merupakan upaya perusahaan dalam pertanggung jawaban terkait aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media perusahaan untuk membangun sebuah citra dan jaringan kepada pemangku kepentingan. Konsep ini juga menjelaskan seberapa berpengaruhnya tingkat aktivitas perusahaan terhadap pihak eksternal maupun internal.

3) *Transparency*

Merupakan bentuk pelaporan aktivitas perusahaan. Dalam hal ini upaya agar mengurangi kesalahpahaman dalam penyebaran informasi yang memiliki prinsip sangat berpengaruh untuk pihak eksternal yang berperan dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan. Crowther David juga mengatakan “*“transparency, as principle, means that the eksternal impact of the actions of the organisation can be ascertained from that organisation as reporting and pertinent pack as are not this guised within that reporting. The effect of the action of the organisation, including eksternal impacts, should be apparent to all from using the information provided by the organisation’s reporting mechanism”*”. Yang memiliki maksud bahwa

³⁹ Fairuz, Ratu Annisa, dkk, “Corporate Social Responbility di PT Prudential Life Assurance”, Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Vol 5 No 3, (Desember 2018), 256.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transparency ini merupakan sebuah prinsip apabila terjadi sebuah kesalahpahaman dalam penyebaran isu maka pihak public relations harus transparan kepada masyarakat agar tidak terjadi kesalahpahaman, tidak ada yang ditutup – tutupi.

b. Model atau Pola *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Priyanto Susiloadi, ada beberapa model atau pola dalam CSR yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, antara lain:⁴⁰

Pertama, Perusahaan dapat melaksanakan program CSR sendiri secara langsung tanpa perantara. Dalam hal ini pihak perusahaan dapat menjalankan tugas ini, perusahaan dapat menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *public affair manager*, *public relations*, bagian dari tugas divisi *human resources*.

Kedua, Corporate Social Responsibility (CSR) bisa dilaksanakan oleh pihak Yayasan atau organisasi sosial yang berada dibawah naungan perusahaan. Pihak perusahaan sendiri sudah menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan oleh pihak Yayasan sesuai dengan keperluan. Model ini disebut dengan adopsi yang biasanya dilakukan di Negara maju.

Ketiga, Kebanyakan perusahaan di Indonesia melaksanakan CSR melalui kerja sama atau bermitra dengan pihak lain. Seperti contohnya, perusahaan bermitra dengan pihak Pemerintah atau pihak LSM, atau lembaga konsultan baik dalam pengelola dana maupun dalam pelaksanaan kegiatan nantinya.

Keempat, Perusahaan bergabung atau mendukung dengan suatu konsorium. Pola ini lebih bersifat hibah pembangunan yang berorientasi pada pemberian hibah.

⁴⁰ Susiloadi P, “Implementasi Corporate Social Responsibility untuk mendukung pembangunan berkelanjutan”, Jurnal FISIP Universitas Sebelas Maret Vol 4 No 2, (2008), 128

c. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) yang dikenal dengan Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan EKonomi merupakan sebuah organisasi Internasional dengan 30 Negara yang menerima prinsip demokrasi perwakilan dan ekonomi pasar bebas. Tetapi untuk saat ini sudah 36 Negara yang bergabung dalam kerja sama ini.⁴¹ Menurut Azheri dalam bukunya, Organisasi ini telah merumuskan tujuan untuk pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini agar mestinya dapat berjalan sesuai dengan apa yang telah dirumuskan, yaitu:⁴²

- 1) Memperhatikan dan menghormati hak asasi manusia yang sesuai dengan kewajiban dan komitmen perusahaan di tempat perusahaan beroperasi. Agar nantinya tidak keluar dari Batasan dan norma yang berlaku.
- 2) Menjalinkan Kerjasama yang erat dengan komunitas lokal demi mendorong pembangunan berkelanjutan. Selain itu juga, perusahaan tidak hanya menjalankan kerja sama dengan pihak dalam negeri, perusahaan juga menjalin kerja sama dengan pihak luar negeri demi kebutuhan praktik perdagangan.
- 3) Memfasilitasi karyawan dengan memberikan pelatihan untuk mendorong pembentukan *human capital*.
- 4) Untuk mencapai pembangunan berkelanjutan perusahaan berkontribusi dalam kemajuan sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat sekitar perusahaan.
- 5) Mempraktikkan serta mengimplementasikan tata Kelola perusahaan untuk mengatur perusahaan agar mandiri dan dapat menambah relasi dengan perusahaan lain dan masyarakat sekitar dalam pengimplementasian *Good Corporate Governance* (GCG)

⁴¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi_Kerja_Sama_dan_Pembangunan_Ekonomi
Diakses pada: Sabtu, 9 Mei 2020

⁴² Azheri, Busyra, "Corporate Social Responsibility: Dari VOLuntari menjadi Mondatory", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 50

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) Meningkatkan mitra bisnis dengan para pemasok dan subkontraktor yang telah diatur dalam aturan perusahaan untuk dapat mengimplementasikan sesuai dengan pedoman tersebut.

d. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bahwa prinsip dasar dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang kurang mampu agar dapat dibantu oleh perusahaan. Jika hubungan antara perusahaan dengan masyarakat tidak harmonis, maka dapat dipastikan ada masalah dengan keduanya. Untuk itu manfaat CSR tidak hanya bisa dirasakan oleh Pemerintah dan Perusahaan tetapi juga dapat dirasakan oleh masyarakat. Adapun manfaat CSR, Menurut Mardikanto dalam jurnal *Interaksi* Volume 2 No 1 yaitu:⁴³

1) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Masyarakat

Di tengah keterbatasan yang dialami oleh negara Indonesia, seharusnya pemerintah Indonesia dapat berperan sebagai *coordinator* penanganan krisis ini. Untuk itu perusahaan membuat program pemberdayaan masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang mana CSR ini pastinya lebih berdampak untuk masyarakat. Untuk itu manfaat CSR yang bisa di masyarakat yaitu pertama, dapat mengembangkan diri dan usahanya untuk mencapai kesejahteraan.

Kedua, pihak CSR bukan hanya memberikan motivasi semata kepada komunitas. Melainkan mereka terus memikirkan bagaimana komunitas itu tetap eksis dan terus mengupayakan dalam pengembangan ekonomi, lingkungan dan alam.

Ketiga, adanya pembangunan fasilitas atau sarana prasarana di sekitar perusahaan tersebut berada. Intinya manfaat CSR bagi masyarakat ini dapat memberikan kompetensi masyarakat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan tersebut.

⁴³ Suryani Rezky Aditya, Yan Hendra, "Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk peningkatan taraf hidup masyarakat", *Jurnal Interaksi* Vol 2 No 1, (2018), 93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Pemerintah

Tentunya pemerinth juga merasakan manfaat dari CSR ini. Dengan adanya CSR antara Pemerintah dan Perusahaan dapt menjalin hubungan yang harmonis dalam mengatasi masalah yang ada disekitar perusahaan atau berada di wilayah tempat perusahaan beroperasi. Masalah yang diatasi seperti, mengentaskan kemiskinan, kurangnya kualitas pendidikan dan hal lain sebagainya.

Untuk itu, seharusnya tugas pemerintah tentunya menjadi ringan dalam mengatasi masalah ini, dikarenakan pihak perusahaan telah membantu dengan membuat program CSR. Guna membuat program CSR tersebut yaitu dapat mengatasi permasalahan sosial yang bersifat *community development*.

3) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan.

Perusahaan sebagai pelaksana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tentunya dapat merasakan manfaat yang telah terlaksana, Adapun manfaat bagi perusahaan⁴⁴ yang pertama, dapat mempertahankan “brand image”. Dengan memberikan sebuah hasil product secara gratis melalui sosialisasi kepada konsumen. Sehingga konsumen sadar akan keberadaan product dari perusahaan tersebut dan tentunya akan meningkatkan nilai jual brand perusahaan tersebut.

Kedua, manfaat yang diperoleh yaitu meningkatkan citra perusahaan. Tentunya dengan selalu menjalankan program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut, masyarakat atau konsumen akan lebih mengingat bahwasanya perusahaan tersebut selalu memberikan kegiatan yang positif untuk masyarakat. Dan tentunya juga mampu meningkatkan reputasi dari perusahaan tersebut.

Ketiga, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Hal ini tentunya dapat dirasakan oleh pihak karyawan sendiri dengan kehadiran program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

⁴⁴ Rusdianto, ujang, “CSR Communications: A Framework for PR Pracitioners, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2013), 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karena dalam kesehariannya masyarakat terus memberikan mindset positif terhadap perusahaan. Sehingga apabila terjadi sebuah kesalahan yang tidak begitu fatal masyarakat tidak begitu resah dan pastinya karyawan akan memberikan yang terbaik untuk masyarakat dengan cara meningkatkan produktivitas kinerja nya.

Keempat, peluang mendapatkan penghargaan. Tentunya dalam proses pelaksana program *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan selalu diberikan rewards oleh pihak petinggi ataupun negara. Bisa dapat dicontohkan, bahwa sudah beberapa kali PT Pertamina Refinery Unit II Dumai mendapatkan penghargaan karena program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan. Untuk itu perusahaan tentunya akan berlomba dalam mencuri perhatian masyarakat dengan cara membuat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bermanfaat dan memberikan nilai positif kepada masyarakat.

Kelima, memperbaiki hubungan dengan stakeholders dan regulator. Dengan membuat program ini maka akan ada kegiatan yang berlangsung dan tentunya mengundang para stakeholder untuk dapat mengahdirinya. Dengan konsep seperti ini lah kita dapat menjalin silaturahmi yang baik dengan para stakeholder dan regulator. Karena biasanya stakeholder dan regulator diundang jika ada hal yang menyangkut tentang perusahaan. Dengan momen yang berbeda ini tentunya dapat memperbaiki hubungan baik.

Keenam, dapat mengurangi sebuah resiko dan ancaman yang menyerang perusahaan apabila perusahaan mengalami kesalahan yang tidak pantas. Sehingga dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meminimalisirkan ancaman buruk tersebut dan tentunya dapat sebagai pelindung. Untuk itu, Perusahaan sebagai pembuat program, dapat memaksimalkan dalam perencanaan dan pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(CSR). Agar manfaat yang didapatkan pun begitu real untuk perusahaan itu sendiri.

e. Stakeholders dalam penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Stakeholder adalah individu yang memiliki kepentingan dalam suatu permasalahan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa *stakeholder* ini muncul karena kepentingan tertentu yang dapat terpengaruh atau mempengaruhi sebuah keputusan, Tindakan, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.⁴⁵ Sedangkan definisi *stakeholder* menurut Chariri dan Ghazali adalah perusahaan beroperasi bukan untuk kepentingan nya sendiri melainkan perusahaan tersebut haruslah memiliki manfaat bagi para stakeholdernya. Para *stakeholder* nya itu adalah shareholders, kreditor, onsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak pihak lain.⁴⁶

Menurut Kasali dalam Jurnal Akutansi Multiparadigma, *Stakeholder* merupakan individua tau kelompok yang berpengaruh atau mempengaruhi dari tujuan perusahaan tersebut. Terdapat beberapa jenis *Stakeholder*, yaitu; *stakeholder* internal adalah orang yang berada di dalam lingkungan perusahaan tersebut. Misalnya karyawan, manajer dan *shareholders*. Sedangkan *stakeholder* eksternal merupakan orang yang berada diluar perusahaan. Misalnya masyarakat, pemasok atau penyalur, konsumen, dan pemerintah.⁴⁷

Dapat disimpulkan oleh peneliti bhawa *Stakeholder* merupakan individu atau sekelompok orang yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tersebut. Yang dapat dikatakan *stakeholder* bahwasanya mereka yang dapat dipengaruhi atau mempengaruhi. Bahwasanya perusahaan beroperasi pun harus bermanfaat bagi para stakeholder nya. Menurut Kasali dalam jurnal visi komunikasi volume 15 no 2, bahwa

⁴⁵ Larekeng, Renny Silvia, "Implementasi Program Corporate Social Responsibility melalui Program BRI Peduli", Jurnal Online Kinesik Vol 4 No 2 (2017), 42

⁴⁶ Chariri, A & Ghazali, I, "Teori Komunikasi", (Semarang: Badan Penerbit, 2006), 32

⁴⁷ Lin Lindawati Ans Swat, Marsella Eka Puspita, "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam peningkatan kinerja perusaha", Jurnal Akutansi Paradigma Vol 6 No 1 (April 2015), 161

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stakeholder terdapat beberapa kategori bagian, diantaranya : 1) Stakeholders internal dan *Stakeholder* eksternal, 2) *Stakeholders* primer, sekunder dan marjinal, 3) *Stakeholders* tradisional dan *Stakeholders* masa depan, 4) *proponents, opponents dan uncommitted*, 5) *silent majority* dan *vocal minority*.

Sedangkan dalam Suharyanti journal communication spectrum Vol 4 No 2, Menurut Pearce dan Robinson terdapat para stakehodors yang terlibat dalam penerapan *Corporate Social Responbility* (CSR), diantaranya:⁴⁸

- 1) *Shareholder* bisa diartikan dengan pemegang saham, baik itu perindividian atau badan hukum. Pemegang saham biasanya memiliki saham satu atau lebih pada suatu perusahaan. Antara satu *shareholder* dengan lainnya mereka saling bekerja sama untuk mendapatkan keuntungan. *Shareholder* memiliki keterlibatan yaitu berpartisipasi dalam distribusi keuntungan, hak suara, pemilihan dewan komisaris, inspeksi pembukuan perusahaan, peningkatan penawaran saham tambahan.
- 2) *Kreditor*, perusahaan memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kewajiban keuangannya kepada kreditor. Apabila perusahaan mengalami sebuah permasalahan keuangan dan tidak memenuhi kewajibannya maka pihak perusahaan dapat memberikan informasi kepada kreditor. Keterlibatan kreditor dalam perusahaan berupa proposi legal dari pembayaran bunga yang telah jatuh tempo dan pengembalian peningkatan investasi.
- 3) Karyawan, merupakan orang yang bekerja di perusahaan dan menerima balas jasa dari perusahaan tersebut. Hubungan antara karyawan dan perusahaan berkaitan sangat erat. Tentunya antara keluarga karyawan sudah menjadi bagian terpenting dari perusahaan. Untuk itu keterlibatan karyawan kepada perusahaan yaitu dapat

⁴⁸ Suharyanti, "Urgensi Penerapan Corporate Social Responbility dalam meningkatkan komitmen organisasi (Studi kasus pada Sektor Industri Perbankan Indonesia: PT Bank XYZ, Tbk)", Vol 4 No 2 (juli 2017), 117

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- berupa sebuah kepuasan ekonomi, sosial dan psikologi tempat karyawan bekerja.
- 4) Nasabah, dapat dikatakan dengan costumer, client. Keterlibatan nasabah dengan perusahaan yaitu berupa layanan tentang produk perusahaan tersebut. Perusahaan biasanya terus mengumpulkan keluhan dari para costumer agar tau sejauh mana kesalahan dari produk tersebut. Untuk itu perusahaan memberikan sebuah pengembangan atau penelitian kepada nasabah untuk perbaikan produk mereka.
 - 5) *Supplier*, merupakan orang atau perusahaan yang menjual bahan yang akan diolah perusahaan lain menjadi produk siap pakai. Keterlibatan *supplier* dapat berupa pemenuhan kewajiban kredit secara tepat waktu, sebagai sumber bisnis dan tentunya memiliki hubungan profesional dalam penerimaan dan pembelian sebuah produk atau jasa.
 - 6) Pemerintah, merupakan sebagai salah satu *stakeholder* dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tentunya memiliki kepentingan yang besar terhadap program CSR. Maka dari itu keterlibatan Pemerintah dalam hal ini adalah berupa ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan anti monopoli, pembayaran kewajiban bagi pelaku bisnis dalam bentuk tarif pajak, ketaatan dalam bersaing secara bebas dan adil.
 - 7) Serikat pekerja, merupakan sebuah organisasi yang dibentuk oleh perusahaan mauppun dilau perusahaan yang bersifat bebas , terbuka, mandiri dan tentunya bertanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan pekerja tersebut. Biasanya serikat pekerja ini terlibat dalam program agen negosiasi dan menjadikan serikat pekerja ini untuk selalu berpartisipasi dalam organisasi perusahaan.
 - 8) Para pesaing, merupakan sebuah kompetisi antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya untuk memperoleh laba penjualan yang sangat tinggi. Sehingga para pesaing ini keterlibatannya adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai observasi norma perilaku persaingan yang ditetapkan oleh masyarakat dan industri.

- 9) Komunitas lokal, adalah sekumpulan masyarakat yang bertempat tinggal atau bekerja di sekitar lingkungan perusahaan yang mendikan wilayah program Corporate Social Responsibility (CSR). Dalam hal ini keterlibatan komunitas ini tentunya memberikan lapangan kerja bagi yang membutuhkan dan tentunya membuat komunitas ini semakin produktif dan sehat.
- 10) Masyarakat adalah sekelompok orang yang sebagian besar melakukan interaksi dengan individu-individu yang berada didalam kelompok tersebut. Masyarakat ini tentunya masyarakat yang bertempat tinggal disekitar wilayah perusahaan itu beroperasi. Masyarakat ini keterlibatannya berupa kontribusi dan partisipasi dalam kegiatan program Corporate Social Responsibility (CSR), memiliki komunikasi yang efektif antara pemerintah dengan pembisnis yang dirancang untuk saling memahami.

Selain itu Certo dan Certo (2006) dalam Lesmana dan Tarigan Vol2 No 1, menurutnya ada pembagian *stakeholder* perusahaan beserta kriteria kepuasannya sebagai berikut:⁴⁹

⁴⁹ Puspita, Marsella Eka, "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam peningkatan Kinerja Perusahaan", Parsimonia Vol 2 No 1 (2015), 94

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1
Stakeholder pada Perusahaan dan Kriteria Perusahaan
Sumber: Certo dan Certo (2006)

<i>Stakeholder</i>	<i>Kriteria Kepuasan Stakeholder</i>
Pemerintah	Perpajakan, PPNm Undang-undang, pekerjaan, pelaporan jujur, keragaman, legilitas, eksternalitas.
Karyawan	Tingkat upah, keamanan kerja, imbalan, penghargaan, komunikasi jujur.
Pelanggan	Nilai pelanggan, kualitas, layanan pelanggan, produk etis.
Supplier	Penyediaa produk dan jasa yang digunakan dalam produk akhir untuk pelanggan, peluang bisnis adil.
Kreditor	Skor kredit, kontrak baru, likuiditas
Masyarakat	Pekerjaan, keterlibatan, perlindungan lingkungan, saham, komunikasi jujur.
Serikat Pekerja	Kualitas, perlindungan pekerja, pekerjaan.
Pemilik	Profitabilitas, umur Panjang, bangsa pasar, berdiri pasar, perencanaan suksesi, meningkatkan modal, pertumbuhan, tujuan sosial.
Investor	Pengembalian investasi dan pendapatan.

f. Jenis- jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan dalam berkontribusi berkelanjutan terhadap pembangunan di lingkungan sekitar perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karyawan beserta keluarga dan komunitas lokal. Menurut Kotler dan Lee (2006) dalam Firdaus Feriansyah Jurnal Visi Komunikasi (2016), terdapat 6 aktivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) yang akan dilaksanakan oleh perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan, yaitu:⁵⁰

⁵⁰ Firdaus, Ferriansyah, "Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Used Motorcycle Department dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finance", Jurnal Visi Komunikasi Vol 15 No 2 (2016), 288

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)

Program ini dibuat oleh perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengatasi masalah masalah sosial. Sehingga perusahaan melakukan perencanaan dalam menyediakan dana atau sumber lainnya. Perusahaan juga mendukung kegiatan sosial yang telah dibuat oleh masyarakat, mulai dari pengumpulan dana, perekrutan anggota sukarela hingga partisipasi dalam pelaksana kegiatan.

2) Pemasaran terkait Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*)

Program ini dibuat bahwanya perusahaan telah berkomitmen untuk menyumbangkan hasil dari penghasilan nya untuk kegiatan tertentu. Sehingga sebagian dari persentase penghasilan nya mereka membuat suatu kegiatan yang berdasarkan pada besarnya penjualan produk mereka. Aktivitas ini disebut sebagai Cause Related Marketing.

3) Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Social Marketing*)

Program ini dibuat untuk memberikan layanan kesehatan, keselamatan serta menjaga kelestarian lingkungan hidup di lingkungan masyarakat, dalam hal ini perusahaan akan mengembangkan dan melaksanakan dalam bentuk kampanye. Aktivitas ini juga bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat.

4) Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)

Program ni dibuat perusahaan langsung untuk memberikan sumbangan dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Aktivitas ini biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan. Kegiatan ini juga di prioritaskan sebagai bentuk perhatian perusahaan kepada masyarakat.

5) Pekerja Sosial Kemasyarakatan secara sukarela (*Community Volunteering*)

Program ini dibuat untuk memberikan dorongan atau membantu masyarakat dan komunitas lokal yang menjadi sebuah sasaran program. Untuk itu perusahaan mengimbau ataupun meminta kepada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para petinggi pemegang saham, karyawan untuk menyisihkan sedikit waktunya untuk berkontribusi dalam program ini.

6) Praktis Bisnis yang memiliki Tanggung Jawab Sosial (*Socially Responsible Business Practice*)

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melakukan pelestarian lingkungan hidup. Komunitas yang dimaksud adalah pihak *stakeholder*, sedangkan untuk kesejahteraan mencakup tentang keselamatan, Kesehatan, psikologis dan emosional. Aktivitas CSR ini perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas yang diwajibkan oleh hukum.

Sedangkan menurut Kartini dalam jurnal Online Klasik Vol 4 No 2 tahun 2017, terdapat 8 jenis program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana dalam hal ini hanya saja perbedaannya di penambahan untuk point 7 dan point 8 yang membedakannya, yaitu :⁵¹

1) *Cause Promotions*

Merupakan program perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial. Dalam hal ini, perusahaan memberikan dukungan kepada masyarakat dengan menyediakan dana dan sumber daya lainnya. Masyarakat dituntut berperan aktif dalam kegiatan yang telah dibuat. Sehingga perusahaan akan selalu mengontrol kegiatan tersebut.

2) *Cause Related Marketing* (CRM)

Dalam program ini perusahaan telah berkomitmen untuk menyumbangkan hasil dari penghasilan nya untuk kegiatan tertentu. Sehingga sebagian dari persentase penghasilan nya mereka membuat suatu kegiatan, misalnya kegiatan amal.

3) *Corporate Social Marketing* (CSM)

Dalam program ini perusahaan ingin memberikan layanan kesehatan, keselamatan serta menjaga kelestarian lingkungan hidup di

⁵¹ Larekeng, Renny Silvia, "Implementasi Program Corporate Social Responsibility melalui Program BRI Peduli (Studi pada PT Bank Rakyat Indonesia, Persero Tbk Cabang Tolitoli)", Jurnal Online Kinesik Vol 4 No 2 (2017), 39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan masyarakat , dalam hal ini perusahaan akan mengembangkan dan melaksanakan dalam bentuk kampanye.

4) *Corporate Philanthropy*

Program ni perusahaan langsung memberikan sumbangan dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Misalnya, perusahaan langsung memberikan kepada korban bencana yang rumahnya terbakar, dalam kurun waktu dekat pihak humas langsung survei dan memberikan bantuan kepada korban bencana tersebut.

5) *Community Volunteering*

Dalam program ini, perusahaan mendorong karyawan, para pemegang saham untuk dapat menyisihkan sebagian waktunya secara sukarela terjun langsung membantu masyarakat yang menjadi sasaran program yang telah dibuat oleh perusahaan.

6) *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Dalam program ini perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis dan melaksanakan investasi dalam kegiatan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melakukan pelestarian lingkungan hidup.

7) *Social Business Enterprise (SBE)* Merupakan Wujud Konkret dari skema besar Konsep CSR

Konsep ini merupakan sebagian besar dari konsep yang telah dirancang dan diimplementasikan yang tentunya program ini sudah diapresiasi oleh seluruh dunia. Program ini pertama kalinya dicetuskan oleh Muhammad Yunus yang tujuannya untuk mencapai tujuan-tujuan sosial. Konsep dari program ini sendiri adalah lebih tertuju kepada keuntungan bisnis. Yang dimana keuntungan ini tentunya sangat menunjang manusia untuk tidak seharusnya terus berpaku untuk mencaari keuntungan pribadi. Maka dari itu konsep ini sangatlah besar, karena bukan hanya memikirkan program untuk perusahaan itu sendiri, melainkan memikirkan bagaimana program ini untuk masa yang akan datang dan diapresiasi oleh seluruh dunia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8) Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (Jenis Program CSR Badan Usaha Milik Negara – BUMN Indonesia)

Program kemitraan dan Bina Lingkungan ini merupakan istilah CSR untuk BUMN diseluruh Indonesia. Program ini diatur dalam Peraturan Menteri BUMN No. 4 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk program khusus yang menengani langsung masalah pemberdayaan dan pembinaan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan, besaran alokasi PKBL ini berkisar 2% dari laba bersih. Yang dimana isu program ini meliputi: a) Program Kemitraan yang Mayoritas dengan UMKM, b) Program Bina Lingkungan yang terbagi atas bantuan bencana alam, Kesehatan masyarakat, kegamaan, pelestarian alam, fasilitas sarana umum, pelatihan dan Pendidikan masyarakat.

g. Konsep Teori *Triple Bottom Line*

Dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatas, Salah satunya adalah teori *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya “*Cannibal with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*”. Menurutny, untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) ini maka dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan itu sendiri perlu memperhatikan 3P, yaitu *Profit* merupakan aspek laba usaha atau keuntungan, *People* merupakan sebuah keadilan atau masyarakat, *Planet* merupakan Tindakan dari perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Dalam hal ini tentunya masyarakat bergantung pada ekonomi sedangkan ekonomi bergantung pada lingkungan dan masyarakat.

PT Pertamina Refinery Unit II Dumai merupakan salah satu industri yang memiliki banyak *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Untuk itu, tidak boleh melupakan bagaimana peran masyarakat (*people*) sekitar, lingkungan (*planet*) dan faktor keuntungan (*profit*). Maka dari itu, perusahaan tidak bisa hanya berpijak pada *single bottom line* yang merupakan sebuah aspek ekonomi saja namun ketiga konsep ini harus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seimbang dan tentunya sangat penting bagi perusahaan. Keseimbangan ini tentunya merupakan sebuah upaya dalam bersinergi dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang secara konsisten meningkatkan ekonomi, sosial dan lingkungan. Tetapi ketiga komponen ini bisa saja tidak stabil yang diakibatkan oleh faktor konflik kepentingan.

Profit yang merupakan tujuan dasar dalam mendirikan perusahaan yaitu untuk mencari keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan yang dilakukan dalam meningkatkan *profit* atau keuntungan yaitu dengan cara meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Dalam hakikatnya meningkatkan sebuah keuntungan merupakan sebuah jaminan keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Dan inilah merupakan sebuah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham.

Profit bukan hanya mencari keuntungan untuk masa depan perusahaan. Melainkan bagaimana caranya perusahaan dalam membeli dan mencari bahan baku untuk diolah, agar tetap melestarikan alam. Maka dengan itu nilai profit perusahaan tidak akan bertransaksi atau membeli karena menurut perusahaan nilai profit tidak sesuai dengan tujuan untuk tetap melestarikan alam daripada mengeksploitsi terlebih dahulu. Sehingga *profit* ini praktiknya memberikan nilai kepada masyarakat dan “memberikan kembali” kepada masyarakat. Maksudnya adalah, perusahaan mencari keuntungan dan nilai itu tetap tujuannya untuk masyarakat yang di salurkan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Contohnya, dalam praktiknya ini mencakup upah yang adil dan memberikan jasa Kesehatan. Tentunya dengan memberikan pelayanan ini dapat dirasakan dampak positif oleh masyarakat, mengabaikan tanggung jawab sosial yang dapat mempengaruhi kinerja dan kelanjutan bisnis.⁵²

⁵² Michael Ricky, Santoso Tri Raiharjo dan Risna Resnawaty, “Program CSR Yayasan Unilever Indonesia berdasarkan Teori Triple Bottom Line”, Jurnal Pekerjaan Sosial Vol 2 No 1 (Juli 2019), 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

People, merupakan masyarakat yang tentunya memiliki pemangku kepentingan di perusahaan. Hadirnya perusahaan di tengah masyarakat tentunya memberikan dampak untuk masyarakat. Dalam praktiknya, perusahaan berupaya untuk mengutamakan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat. Sehingga, perusahaan merasa aman dengan kehadiran masyarakat tersebut dalam menjalankan operasinya. Tentunya, perusahaan mampu berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan tentunya melaksanakan program tanggung jawab sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan. Dalam menjalankan nya tentu tidak ada tekanan dan paksaan, harus dijalankan dengan niat yang tulus, agar tidak putus ditengah jalan program yang telah direncanakan dari awal.

Planet, merupakan peran perusahaan terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Lingkungan yang sehat, bersih dan terpelihara tentunya merupakan harapan dari semua pihak. Dalam praktiknya, *planet* mengacu pada perusahaan yang menjalankan operasinya untuk tidak memberikan dampak buruk bagi sumber daya lingkungan untuk masa yang akan datang. Hal ini berkaitan dengan pemakaian sumber daya energi sesuai dengan kebutuhan, mengurangi emisi gas rumah kaca. Untuk itu, *planet* merupakan unsur terpenting yang perlu diperhatikan, apabila perusahaan tetap mempertahankan keberadaanya maka perlu disertakn juga dengan tanggung jawab lingkungan, dikarenakan lingkugan merupakan sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Dengan perusahaan memperhatikan lingkungan dengan merawat dan melestarikkan tentunya mendapatkan sisi positif dari Kesehatan, nyaman dan sumber daya alam itu sendiri.⁵³

Dalam penerapan konsep *triple bottom line* tentunya memiliki pemahaman perbedaan masing-masing nilai. Akan tetapi, konsep ini tentunya memiliki persamaan pada setiap nilai dari unsur tersebut.

⁵³ Goel, P, "Triple Bottom Line reporting: An analytical approachnfor corporate sustainability", Journal of finance Vol 1 No 1 (2010), 27-42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep ini mengajarkan agar perusahaan tidak berfokus pada unsur keuntungan (*profit*) melainkan juga harus memperhatikan lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*). Keseimbangan 3P ini juga merupakan upaya untuk bersinergi dengan harapan pembangunan berkelanjutan yang secara konsisten untuk meningkatkan faktor ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal yang terpenting bahwa perusahaan melaksanakan program CSR ini tidak semata-mata untuk perusahaan nya sendiri melainkan menekankan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

h. Teori Legitimasi

Teori ini ialah aspek strategis untuk pihak perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan kedepannya. Perihal itu, dapat dijadikan untuk mengkonstruksi strategis perusahaan juga berupaya dalam memposisikan diri ditengah area masyarakat yang maju.⁵⁴

Menurut oleh Wartick dan Mahon, bahwasanya teori legitimasi ini dapat terjadi beberapa faktor, antara lain:⁵⁵

- 1) Harapan masyarakat berbanding terbalik dengan tingkat produksi perusahaan. Dalam hal ini, tingkat kinerja perusahaan tidak berubah tetapi masyarakat sudah tidak berharap kepada perusahaan tersebut. Dikarenakan perusahaan tidak dapat mengubah nya.
- 2) Harapan masyarakat dan tingkat produksi perusahaan berubah kearah yang berbeda. Dalam hal ini tentunya antara harapan masyarakat dan tujuan dari perusahaan searah. Akan tetapi, bisa saja nantinya arah nya sekarang yang sama, tapi waktunya saja yang berbeda.
- 3) Harapan masyarakat tetap sama walaupun terjadi sebuah perubahan dalam produksi perusahaan. dalam hal ini tentunya masyarakat sudah meletakkan kepercayaan nya kepada perusahaan. walaupun perusahaan tersebut mengalami masalah, tetapi harapan baik masyarakat tetap untuk perusahaan tersebut.

⁵⁴ Hadi, Nor, "Corporate Social Responsibility", (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2011), 87

⁵⁵ Ibid 90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maka dapat disimpulkan, teori legitimasi ini merupakan sebuah teori dalam organisasi atau perusahaan hendak terus berkelanjutan keberadaanya jika masyarakat menyadari keberadaan perusahaan tersebut. Untuk itu teori ini akan secara terus-menerus berupaya buat meyakinkan kalau mereka melaksanakan kegiatan sesuai dengan batasan norma-norma yang berlaku. Legitimasi ini juga bagian dari pengelolaan sosial perusahaan yang berdasarkan atas keterpihakan kepada masyarakat, pemerintah, individu.

i. Teori Stakeholder

Teori ini berasumsi bahwasanya eksistensi perusahaan ditentukan oleh pihak *stakeholder* nantinya.⁵⁶ Tujuan dalam teori ini ialah membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan dampak baik perusahaan melalui aktivitas yang dilakukan oleh pihak *stakeholder*.⁵⁷ Maksud dari teori ini, bahwasanya perusahaan memiliki salah satu tanggung jawab kepada *stakeholder* dengan melaksanakan pengungkapan sosial. Pihak CSR juga seharusnya mengoptimalkan *profit* untuk perusahaan dan pihak pemegang saham. Akan tetapi kesejahteraan tidak hanya diciptakan oleh pemegang saham saja, namun untuk kepentingan *stakeholder* juga yang tentunya memiliki keterkaitan antara perusahaan.

Tentunya pemegang saham memiliki peran terhadap perlakuan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, bukan itu saja pihak *stakeholder* juga tentunya memiliki hak terhadap perusahaan. *stakeholder* berperan penting juga dalam mengendalikan dan kemampuan dalam mempengaruhi peningkatan ekonomi perusahaan. Untuk itu, kekuatan *stakeholder* sangat mempengaruhi bagaimana perusahaan kedepannya. Kekuatan tersebut tentunya dapat berupa kemampuan dalam membatasi pemakaian sumber keuntungan (tenaga kerja dan modal), media yang berpengaruh, kemampuan dalam mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang perusahaan hasilkan.

⁵⁶ Ibid 93

⁵⁷ Ghazali, Imam dan Anis Chariri, "Teori Komunikasi", (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 409

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori ini juga memiliki kelemahan yang terletak pada fokus perusahaan dalam mengatur *stakeholder* nya. Pihak perusahaan yang hanya diarahkan untuk mengidentifikasi para *stakeholder* yang bermanfaat bagi perusahaan.⁵⁸ Untuk itu, perusahaan tentunya perlu menjaga legitimasi *stakeholder* lalu dapat mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, tentunya pihak ini bisa mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha. Maka dapat disimpulkan, bahwasanya penggunaan teori ini menekankan bahwasanya tanggung jawab perusahaan, pihak perusahaan dapat memikirkan tentang bagaimana pihak yang terkena dampak dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

3. Citra Perusahaan

a. Defenisi Citra Perusahaan

Kata “citra” dalam Bahasa Inggris yaitu “image”. Menurut Roesady, Citra merupakan sebuah keyakinan, kesan dan ide seseorang terhadap suatu objek tertentu.⁵⁹ Hal ini, seharusnya pihak perusahaan perlu membangun citra di masyarakat. Tentunya defenisi citra ini berkaitan dengan citra menurut Donald K. Robert yang mengatakan “*Representing of the totality of all information about the world any individual has processed, organized and stored*”.⁶⁰ Maksud dari defenisi tersebut bahwasanya citra perusahaan merupakan karakter perusahaan yang dapat dibangun dan tentunya untuk memperoleh citra positif dari public internal dan eksternal. Dalam hal ini citra bersifat abstrak yang di peroleh dari objek tertentu yang dapat dirasakan langsung melalui panca indra yang berhubungan dengan keyakinan, kesan dan ide. Dalam pembentukannya citra ini sendiri sudah ada melekat pada setiap individu, mupun instansi. Sehingga citra dapat berupa tanggapan positif dan

⁵⁸ Ibid 94

⁵⁹ Ruslan, Rosady, “Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 80

⁶⁰ Rakhmat, Jalaludin, “Psikologi Komunikasi”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 223

negatif. Yang dimana citra positif itu berupa sebuah dukungan dan tindakan positif. Sedangkan citra negatif itu dapat berupa sebuah penolakann, kebencian dan tindakan negatif lainnya.

Kotler dalam Oliver mengatakan citra korporasi sangat berlebihan, terkadang beberapa organisasi tersebut tidak menginginkan citra yng berlebihan tersebut atau tidak ingin citra yang terlalu spesifik. Sehingga, organisasi tersebut dapat menempatkan citra tersebut sesuai dengan kebutuhan organisasi itu sendiri. Dalam hal ini tentu didasari dari cara berfikir orang inggris.⁶¹ Dalam pembentukannya citra perusahaan ini mulai terbentuk melalui asosiasi antara perusahaan sehingga sejatinya citra perusahaan ini sudah ada dibenak para *stakeholder*. Para *stakeholder* inilah yang menentukan kesan baik dan buruknta terhadap sebuah citra perusahaan ini sendiri. Maka dari itu, memberikan kesan yang baik dapat menguntungkan perusahaan untuk mendapat citra perusahaan yang baik pula.⁶²

Maka dapat disimpulkan oleh peneliti maka, citra yang dikenal sebagai “image”. Dalam Bahasa inggris memiliki makna bahwa citra bersifat abstrak yang tidak dapat diukur secara sistematis, akan tetapi dapat dirasakan wujudnya melalui tanggapan baik itu positif mupun negatif. Tanggapan itu tentunya datang dari para masyarakat dan sasaran. Sehingga citra ini dapat dijadikan sebagai tujuan prestasi dan reputasi yang hendak dicapai oleh perusahaan. Seberapa pun citra itu terbentuk, nantinya kan ditentukan oleh bagaimana *public relations* mampu membangun sebuah persepsi yang didasarkan dengan kejadian yang terjadi. Menurut Goonroos dalam Kholisoh jurnal ilmu komunikasi Vol 13, terdapat empat peran citra, yaitu:⁶³ a) citra sebagai pemilah yang dapat mempengaruhi pandangan individua tau instansi lain mengenai

⁶¹ Oliver, Sandra, “Strategi Public Relation”, (Jakarta: Erlangga, 2007) , 53

⁶² Rahmayanti, Dian Rhesa, “Implementasi Corporate Social Responsibility dalam membangun citra perusahaan”, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 11 No 1(Agustus 2014) , 97

⁶³ Kolisoh, Nur, “Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi; Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta”, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 13 No 3 (Desember 2015), 201

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan perusahaan, b) citra dapat sebagai gambaran dari persepsi dan pengalaman pelanggan, c) citra positif nya sangat memudahkan perusahaan dalam berkomunikasi dengan sasaran atau masyarakat sekitarnya, d) citra memiliki pengaruh penting dalam perusahaan.

b. Jenis-jenis Citra

Citra yang berada dalam perusahaan atau organisasi lainnya terdapat berbagai jenis citra. Hal ini tentunya diperoleh dengan cara yang berbedaa-beda, tergantung dari bagaimana instansi atau organisasi dalam menjalain komunikasi dan hubungan baik kepada khalayak nya. Informasi yang didapat dari masyarakat pun tidak dapat di rekayasakan. Menurut Frank Jefkins dalam Rahadhini Vol 10 No 1, mengklasifikasi jenis citra menjadi lima, yaitu: ⁶⁴

- 1) Citra bayangan (*mirror image*), citra ini biasanya diyakini oleh orang dalam perusahaan biasanya pemimpin perusahaan. bahwasanya, pemimpin tersebut sudah merasa dalam posisi baik dan mengacuhkan tanggapan dari orang luar.
- 2) Citra yang berlaku (*current image*), citra yang berasal dari pandangan orang luar perusahaan terhadap perusahaan. biasanya citra ini berisi tanggapan yang negative.
- 3) Citra yang diharapkan (*wish image*), citra yang diharapkan oleh pihak perusahaan. Tentunya citra ini yang apa yang telah diharapkan akan lebih baik dari citra yang sesungguhnya.
- 4) Citra Perusahaan (*corporate image*), citra dari keseluruhan baik itu dari organisasi maupun perusahaan. Akan tetapi, citra ini tidak hanya didapatkan dari produk atau pelayanan melainkan tentang sejarah perusahaan tersebut, kualitas pelayanan dan keberhasilan dalam bidang marketing maupun *corporate social responsibility* (CSR).

⁶⁴ Rahadhini, MD, "Peran Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program Corporate Social Responsibility", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 10 No 1 (April 2010), 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Citra Majemuk (*multiple image*), citra pelengkap dari citra perusahaan. dimana banyaknya jumlah individu atau anggota perusahaan tidak bergantung pada baik buruk nya citra.

Sedangkan Menurut Rosady Ruslan terdapat 6 jenis citra, yaitu:⁶⁵

- 1) Citra cermin, merupakan citra yang hanya sekedar sebuah ilustrasi belaka. Biasanya pemimpin perusahaan yang merasa dirinya dalam posisi baik tanpa ingin mengacuhkan tanggapan dari luar.
- 2) Citra kini, citra ini biasanya belum sesuai dengan kenyataan, untuk itu citra ini cenderung negatif.
- 3) Citra yang diharapkan, citra yang diinginkan oleh perusahaan biasanya berbanding terbalik dengan hasil citra yang sesungguhnya.
- 4) Citra perusahaan, citra ini dapat terbentuk dari kinerja perusahaan, sejarah perusahaan, kualitas produk dan lain-lain.
- 5) Citra majemuk, citra ini merupakan gabungan dari citra perusahaan. yang dimana jumlah pegawai, cabang atau perwakilan belum tentu menunjukkan hasil citra yang baik.
- 6) Citra penampilan, perusahaan menunjukkan citra ini sebagai penampilan diri kepada para anggota atau kinerjanya.

Menurut Kajian Dewi dalam Adyan Papeo, dkk jurnal Administrasi bisnis, citra positif dapat memberikan banyak manfaat untuk perusahaan.⁶⁶ hal ini terjadi ketika pelanggan menciptakan sikap positif kepada perusahaan, yang nantinya sikap tersebut dapat menghasilkan sebuah kesetiaan maupun kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Menurut Kotler dalam Nova terdapat media untuk mengkomunikasikan citra yang baik, adalah:⁶⁷ 1) Lambang (simbol), dengan menggunakan simbol yang kuat, tentunya dapat memperkuat citra

⁶⁵ Ruslan, Rosady, “Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi; Cet 1”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 77

⁶⁶ Papeo, Adyan, Kalangi dan Aneke Punuindoong, “Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Indonesia Manado”, Jurnal Administrasi Bisnis Vol 6 No 3 (2018), 73

⁶⁷ Nova, Firsan, “Crisis Public Relations: Strategi Public Relations menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra & reputasi”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 300

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pula; 2) Suasana, kesan ruangan dan suasana yang sedang ditempati perusahaan dapat menimbulkan citra yang kuat; 3) Media, tentunya ini sangat berpengaruh untuk citra. Bagaimana dalam menyampaikan citra dapat memperhatikan media yang digunakan. Contohnya, dalam menampilkan citra dalam sebuah iklan harus lebih jelas sebuah penyampaian maupun pernyataan nya dan pesan ini pun harus tampak di saat laporan tahunan, brosur dan lain-lain; 4) Peristiwa, dalam membangun citra perusahaan dapat melalui jenis kegiatan yang disponsornya.

Dapat disimpulkan bahwa dalam citra positif merupakan citra yang baik untuk perusahaan, ini merupakan sebuah asset yang penting bagi perusahaan. Di lingkungan masyarakat, tentunya perusahaan harus memiliki citra yang baik pula, apabila terdapat citra yang buruk maka ini dapat berdampak buruk bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri dan dapat melemahkan dalam bersaing. Perusahaan yang dapat mempertahankan citra positif di mata masyarakat, tentunya sudah memiliki esensial dari sukses yang berlanjutan di masa yang akan datang dan ini sangat menguntungkan pihak perusahaan. Dalam praktiknya citra positif ini dapat menjadi daya tarik dan daya saing yang kuat, apabila terjadi sebuah krisis citra dapat menangani dengan baik dan pastinya memberikan strategi yang tepat dalam pemasaran dan penghematan biaya operasional.

C. Kerangka Pemikiran

Peneliti mengangkat judul penelitian ini adalah tentang “**Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan**”. Dalam implementasi nya *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebagai rasa bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dalam mempertahankan citra perusahaan. sehingga dalam mempertahankan citra tersebut PT Pertamina Refinery Unit II Dumai melakukan berbagai program

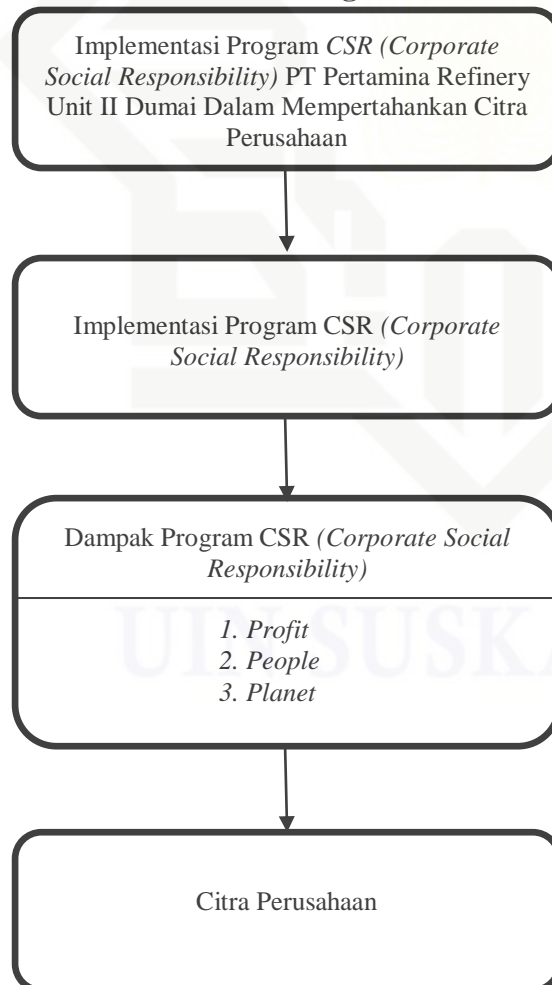
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan seperti program tanggung jawab sosial dalam aspek ekonomi, sosial dan ekonomi.

Dalam penelitian ini menggunakan teori *triple Bottom Line* sebagai landasan teori dalam penelitian di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai. Teori ini mengatakan bahwa setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mencari keuntungan (*profit*). Namun dibalik kesuksesan dalam mencari keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Tidak hanya itu juga dalam memperdayakan masyarakat tentunya perusahaan dapat mempertahankan citra nya di mata masyarakat. Citra ini terbentuk dari persepsi masyarakat yang menilai dari bagaimana pelaksanaan program CSR tersebut. Untuk itu tentunya perusahaan memiliki perencanaan program dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Adapun alur dari kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma Deskriptif kualitatif dengan konsep penelitian *Tripple Bottom Line*. Konsep *Tripple Bottom Line* menurut Elkington dalam Situmeang merupakan sebagai konsep untuk membangun pembangunan yang berkelanjutan demi menumbuhkan dan menjaga perusahaan maka perlu memperhatikan 3P yaitu, *People, Planet, Profit*.⁶⁸ Sedangkan deskriptif kualitatif merupakan sebuah data yang terkumpul dapat berupa gambar dan kata-kata. Dan biasanya setelah semua data dikumpulkan, akan terjadi sebuah kemungkinan sebagai kunci dari apa yang pihak peneliti permasalahan⁶⁹

Pendekatan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Nawawi⁷⁰ penelitian ini sebagai tata cara dari pemecahan masalah yang diselidiki menggambarkan keadaan objek penelitian (Lembaga, perusahaan, dll) yang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menyajikan tentang hubungan fenomena yang diuji secara lengkap. Oleh karena itu, deskriptif kualitatif dalam penelitian ini akan mendeskripsikan serta memberikan paparan tentang “Implementasi Program CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Kriyantono⁷¹ penelitian kualitatif menjelaskan fenomena secara mendalam, yang tidak mengutamakan besarnya populasi (sampling), maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Penelitian kualitatif diwujudkan dengan kata-kata, kalimat

⁶⁸ Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina, “Corporate Social Responsibility: Dipandang dari perspektif Komunikasi Organisasi”, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 17

⁶⁹ Lexy, Moeleong, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 11

⁷⁰ Nawawi, Hadari, “Metode Penelitian Sosial”, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2007)

⁷¹ Kriyantono, Rachmat, “Teknis Praktis Riset Komunikasi”, (Jakarta: Kencana Prenad Media Group, 2010)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan tidak berbentuk dalam angka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan isi dan bentuk perilaku manusia dan menganalisis kualitas, yang mengubah menjadi entitas kuantitatif. Jadi, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif. Menurut Jalaludin Rakhmat, penelitian deskriptif ini hanya memaparkan peristiwa dan situasi.⁷² Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dikarenakan hanya menggunakan satu variabel dan menganalisis kejadian tanpa sebuah perlakuan khusus atas objek yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah penelitian ini, maka penelitian dilaksanakan di wilayah sasaran program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, yaitu di Kelurahan Jaya Mukti dan Kelurahan Tanjung Palas. Dikarenakan 2 Kelurahan tersebut berada di sekitar PT Pertamina Refinery Unit II Dumai. Alasan peneliti memilih 2 Kelurahan tersebut karena program *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih banyak menerapkan di dua Kelurahan tersebut dan juga Kelurahan tersebut berada di daerah sekitar Perusahaan.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini terhitung dari tahap awal dalam pembuatan proposal, hingga penyusunan proposal ini selesai. Untuk itu, peneliti membuat tabel *schedule* penelitian agar lebih terarah.

⁷² Rachmat, Jalaludin, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 24

Tabel 3.1
Tabel Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan												
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov
1.	Pengajuan Judul													
2.	Penyusunan Proposal													
3.	Pra riset													
4.	Pengajuan proposal													
5.	Proses Bimbingan													
6.	Seminar Proposal													
7.	Penelitian Proposal													
8.	Proses Penelitian													
9.	Kompre													
10.	Munqasah													

C. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data. Sumber data ini berfungsi sebagai untuk mendapatkan data secara komprehensif dan terperinci untuk mencapai validitas dan realibilitas penelitian. Dengan sumber data yang diperoleh peneliti dapat meyakini keakuratan dan kebenaran dari sumber data yang diperoleh. Adapun peneliti menggunakan 2 jenis sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang yang dihimpun secara langsung dari sumbernya baik itu perorangan ataupun kelompok dalam bentuk tanggapan dari pertanyaan yang diberikan kepada peneliti.⁷³ Data tersebut langsung didapat melalui interview (wawancara) yang dimana PT Pertamina Refinery Unit II Dumai memiliki staf divisi yang menaungi atas Program

⁷³ Rosady, Ruslan, "Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) , h 138

Corporate Social Responsibility (CSR) dan selaku penggagas atas program CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai ini adalah:

Tabel 3.2
Identitas Informan

No.	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Brasto Galih Nugroho	Manager CommRel, CSR & SMEPP	Informan
2.	Bambang Imawan	Jr. Officer CSR & SMEPP	Informan
3.	Kenny Bastian Rewos	Community Development Officer	Pendukung
4.	Isa Elfianto	Community Development Officer	Pendukung
5.	Iwed Mulyani	Community Development Officer	Pendukung
6.	Yuniar	Masyarakat Ring 1	Pendukung
7.	Yusmarni	Masyarakat Ring 1	Pendukung
8.	Hasyim	Masyarakat Ring 1	Pendukung
9.	Juslastri,S.Pd,SD	Masyarakat Ring 1	Pendukung

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, sumber data yang tidak langsung membagikan informasi kepada pengumpul informasi misalnya lewat orang lain ataupun melalui dokumen.⁷⁴ Data sekunder dapat juga berupa buku referensi, data-data, arsip dan dokumentasi tentang kegiatan CSR dan juga data mendukung mengenai citra perusahaan PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan oleh peneliti yaitu wawancara (*Interview*), pengamatan (*observasi*) dan dokumentasi, berikut penjelasannya:

⁷⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Wawancara (*Interview*)

Menurut Esterberg dalam Sugiyono wawancara atau interview merupakan proses tanya jawab secara tatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau informan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan data dengan cara dicatat atau direkam dengan alat perekam suara.⁷⁵ Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara semiterstruktur. Dalam pelaksanaannya wawancara semiterstruktur ini lebih fleksibel daripada wawancara terstruktur.⁷⁶ Wawancara dilakukan dengan pihak 9 informan, yaitu 2 *Key* informan dan 7 pendukung yang peneliti pilih karena terkait langsung dengan Program CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

2. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi merupakan suatu proses yang didahului dengan pengamatan setelah itu pecaatan yang sistematis, logis, objektif serta rasional terhadap bermacam-macam berbagai fenomena yang sesungguhnya maupun fenomena buatan.⁷⁷ Sedangkan menurut Sugiyono observasi adalah kegiatan yang memuat penelitian terhadap suatu objek.⁷⁸ Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik observasi ini untuk dapat langsung datang ke tempat sasaran, membuat catatan kecil, mendengarkan dan melihat proses bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam mempertahankan citra perusahaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses yang sering digunakan dalam pengumpulan data dalam bentuk surat-surat, laporan, memo dan catatan rapat.⁷⁹ Peneliti menggunakan data program CSR saat pelaksanaan program CSR tersebut,

⁷⁵ Ibid, 72

⁷⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 413

⁷⁷ Kristanto, V. H, "Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)", (Yogyakarta, CV Budi Utama)

⁷⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 104

⁷⁹ Kryantono, Rachmat, "Teknik Praktis Riset Komunikasi", (Jakarta: Kencana, 2006), h 120.

lalu dokumen penelitian yang berkaitan dengan citra perusahaan dan dokumentasi foto saat wawancara yang digunakan sebagai data sekunder.

E. Validitas Data

Validitas data yang dikenal dengan pengujian atau pemeriksaan keabsahan data. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai validitas data. Triangulasi⁸⁰ adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggabungkan data dari sumber-sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sebagai metode dalam wawancara yang ditunjang dengan metode dokumentasi disaat wawancara berlangsung. Sedangkan menurut Sugiyono triangulasi terdapat 2 jenis yaitu, triangulasi teknik dan triangulasi sumber.⁸¹ Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik ini dilakukan dengan cara memperoleh data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong analisis data merupakan sebuah upaya dalam melakukan sebuah kajian data, pengorganisasian data, mencari dan menentukan pola dan memutuskan tentang apa yang diceritakan oleh orang lain.⁸² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 tahapan dalam mengolah data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan/verifikasi⁸³

1. Reduksi Data

Merupakan proses penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang berlangsung dalam catatan-catatan kecil di lapangan. Reduksi data ini terus berlangsung terus-menerus selama penelitian di lapangan. Pada tahap

⁸⁰ Jalaludin, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h 25

⁸¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D", (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 373

⁸² Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 248

⁸³ Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Bandung: Alfabeta, 2014), 208

ini penelitian peneliti melakukan perangkuman data, merumuskan tema-tema, pengelompokkan dan penyajian data tertulis.

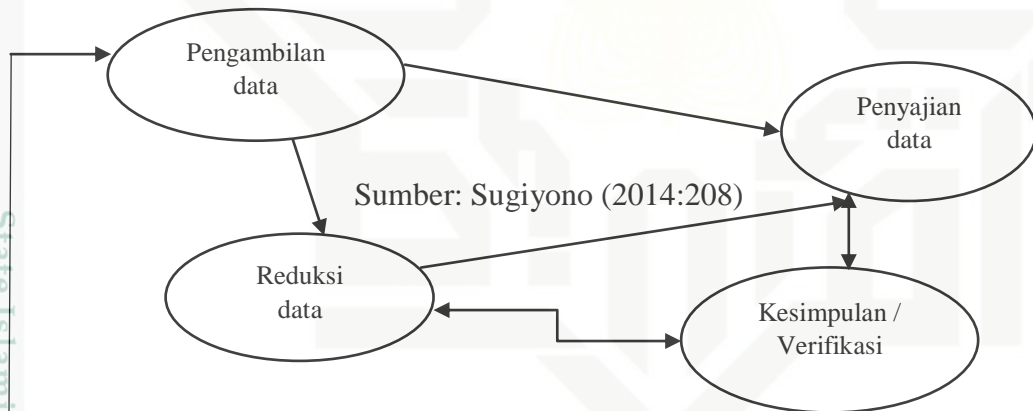
2. Penyajian Data

Merupakan sekumpulan informasi yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif biasanya berbentuk narasi. Catatan lapangan yang sulit diberi makna sehingga pada display data inilah yang akan mudah dipahami.

3. Menarik kesimpulan / Verifikasi

Menurut pandangan Miles dan Huberman, hanyalah sebagian dan satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian. Makna-makna yang muncul dan data harus diuji kebenarannya, kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya. Jika tidak demikian, yang dimiliki adalah kesimpulan yang menarik mengenai sesuatu yang terjadi dan tidak jelas kebenaran dan kegunaannya.

Gambar 3.1: Komponen-komponen analisis data; Model Interaktif menurut Miles



Dapat disimpulkan dari gambar diatas, bahwa hubungan antara komponen-komponen model interaktif, analisis data kualitatif tersebut merupakan upaya berkelanjutan dan terus-menerus. Komponen diatas merupakan gambaran suatu keberhasilan secara berurutan yang tergambar dalam kegiatan analisis yang saling menyusul. Selain itu, sebagai upaya menjamin kredibilitas data dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa hal yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Perpanjangan keikutsertaan
Upaya yang dilakukan peneliti dalam memperpanjang waktu keikutsertaan yaitu dengan cara meningkatkan frekuensi pertemuan dan menggunakan waktu seefisien mungkin.
2. Melakukan Pengamatan secara tekun
Upaya ini dilakukan untuk menemukan ciri-ciri atau unsur spesifik yang sesuai dengan situasi yang diteliti secara lebih teliti, tekun dan mendalam. Sehingga dengan upaya ini peneliti dapat membedakan mana hal yang bermanfaat dengan tidak.
3. Triangulasi
Upaya ini dilakukan untuk mengecek kembali atau membandingkan data penelitian yang telah dikumpulkan. Peneliti tidak hanya mengkombinasi data-data yang berbeda melainkan membuat hubungan antar data tersebut sehingga mencegah hilangnya validas setiap data.
4. Megupayakan Referensi yang cukup
Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan keabsahan informasi yang diperlukan dengan menggunakan bahan referensi yang cukup, baik itu dari media cetak maupun media lainnya. Sumber data yang dapat dijadikan referensi, antara lain buku, jurnal, majalah, koran, media elektronik, serta realitas di lapangan seperti catatan observasi dan foto dokumentasi.
5. Melakukan Membercheck
Upaya ini biasanya dilakukan setelah melakukan kegiatan wawancara dengan responden. Biasanya hal ini dilakukan untuk menambahkan apa saja yang kurang dan dan memperbaiki apabila ada keliruan dalam data. Membercheck ini bertujuan untuk memberoleh informasi yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan apa yang dimaksud kan oleh responden.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profil PT Pertamina (Persero)

1. Sejarah PT Pertamina (Persero)

Pertamina adalah Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi yang aktif di sektor hulu dan hilir milik Negara yang sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia sehingga tidak diperdagangkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tonggak sejarah Pertamina diawali sekitar tahun 1950-an, Pemerintah Republik Indonesia menunjuk Angkatan Darat yang kemudian mendirikan PT Eksploitasi Tambang Minyak Sumatera Utara untuk mengelola lading minyak di wilayah Sumatera. Pada 10 Desember 1957, perusahaan tersebut berubah nama menjadi PT Perusahaan Minyak Nasional, disingkat PERMINA. Tanggal ini diperingati sebagai lahirnya Pertamina hingga saat ini. Pada 1960, PT Permina berubah status menjadi Perusahaan Negara (PN) Permina. Kemudian, PN Permina bergabung dengan PN Pertamina menjadi PN Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina) pada 20 Agustus 1968.⁸⁴

Selanjutnya, pemerintah mengatur peran Pertamina untuk menghasilkan dan mengolah migas dari ladang-ladang minyak serta menyediakan kebutuhan bahan bakar dan gas di Indonesia melalui UU No.8 tahun 1971. Kemudian melalui UU No.22 tahun 2001, pemerintah mengubah kedudukan Pertamina sehingga penyelenggaraan Public Service Obligation (PSO) dilakukan melalui kegiatan usaha. Berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 tanggal 18 Juni 2003, Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara berubah nama menjadi PT Pertamina (Persero) yang melakukan kegiatan usaha migas pada Sektor Hulu hingga Sektor Hilir. PT Pertamina (Persero) didirikan pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Akta Notaris No.20 Tahun 2003. Pada 10 Desember

⁸⁴ “Arsip PT Pertamina”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2005, Pertamina mengubah lambing kuda laut menjadi anak panah dengan warna dasar hijau, biru, dan merah yang merefleksikan unsur dinamis dan kepedulian lingkungan.⁸⁵

PT Pertamina (Persero) melakukan transformasi fundamental dan usaha Perusahaan pada 20 Juli 2006. PT Pertamina (Persero) mengubah visi Perusahaan yaitu, “menjadi perusahaan minyak nasional kelas dunia”. Pada tanggal 10 Desember 2007. Kemudian tahun 2011, Pertamina menyempurnakan visinya, yaitu “menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia”. Melalui RUPSLB tanggal 19 Juli 2012, Pertamina menambah modal ditempatkan/disetor serta memperluas kegiatan usaha Perusahaan. Pada 14 Desember 2015, Menteri BUMN selaku RUPS menyetujui perubahan Anggaran Dasar Pertamina dalam hal optimalisasi pemanfaatan sumber daya, peningkatan modal ditempatkan dan diambil bagian oleh negara serta perbuatan-perbuatan Direksi yang memerlukan persetujuan tertulis Dewan Komisaris. Perubahan ini telah dinyatakan pada Akta No.10 tanggal 11 Januari 2016, Notaris Lenny Janis Ishak, SH.⁸⁶

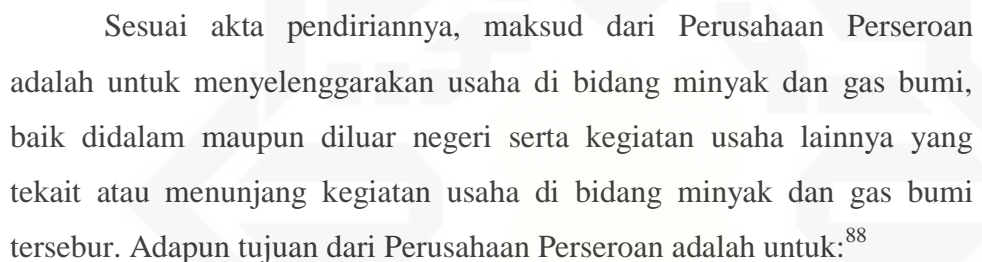
Pada 2017, salah satu langkah nyata mewujudkan visi menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia adalah keberhasilan menuntaskan akuisisi saham perusahaan migas Prancis Maurel et Prom (M&P). Terhitung mulai 1 Februari 2017 melalui anak usaha PT Pertamina International EP, Pertamina menjadi pemegang saham mayoritas M&P dengan 72,65% saham. Melalui kepemilikan saham mayoritas di M&P, Pertamina memiliki akses operasi di 12 negara yang tersebar di 4 benua. Pada masa mendatang, Pertamina menargetkan produksi 650 ribu BOEPD (Barrels of Oil Equivalents Per Day) di 2025 dari operasi internasional, sebagai bagian dari target produksi Pertamina 1,9 juta BOEPD di 2025, dalam upaya nyata menuju ketahanan dan kemandirian energi Indonesia.⁸⁷

⁸⁵ “Arsip PT Pertamina”

⁸⁶ “Arsip PT Pertamina”

⁸⁷ “Arsip PT Pertamina”

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



b. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi.

a. *Refinery Unit I* Pangkalan Brandan, Sumatera Utara (sudah tidak beroperasi sejak tahun 2006).

b. *Refinery Unit II* Dumai, Sungai Pakning, Riau dengan kapasitas 170.000 barrel/hari.

c. *Refinery Unit III* di Plaju, Gerong, Sumatera Selatan dengan kapasitas 134.000 barrel/hari.

d. *Refinery Unit IV* di Cilacap, Jawa Tengah dengan kapasitas 350.000 barrel/hari.

⁸⁸ “Arsip PT Pertamina”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

e. *Refinery Unit V* di Balikpapan, Kalimantan Timur dengan kapasitas 252.000 barrel/hari.

f. *Refinery Unit VI* di Balongan, Jawa Barat dengan kapasitas 125.000 barrel/hari.

g. *Refinery Unit VII* di Sorong, Papua dengan kapasitas 10.000 barrel/hari.

2. Visi dan Misi PT Pertamina (Persero)

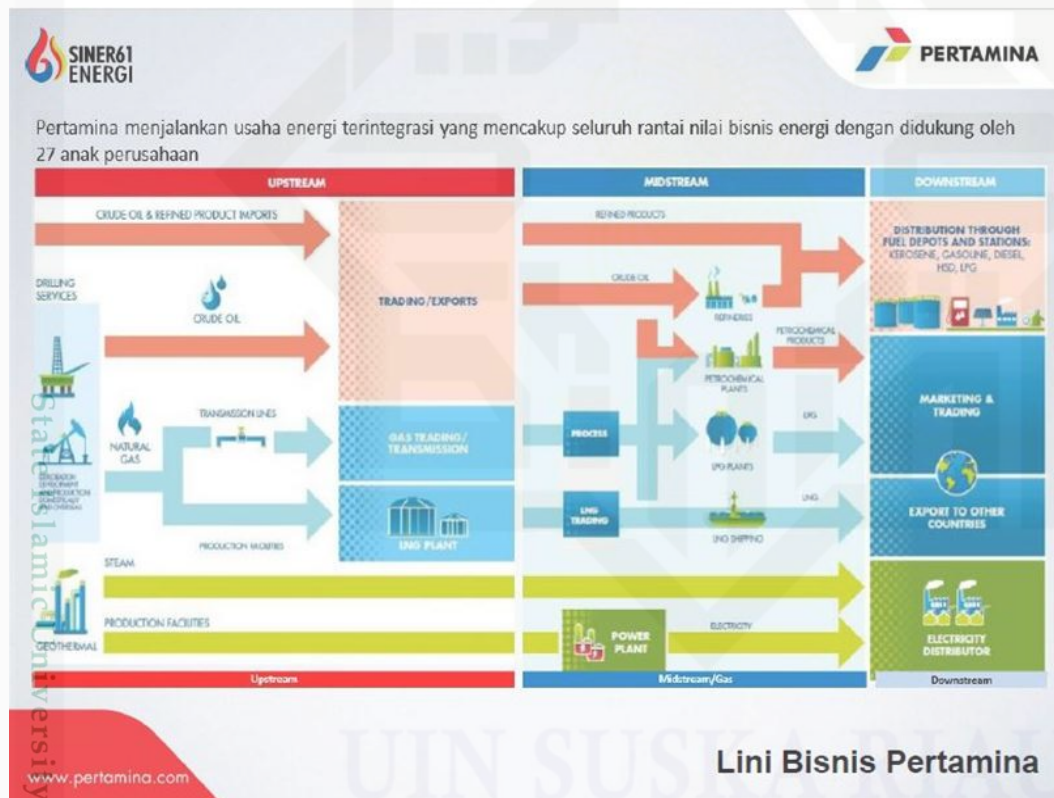
a. Visi PT Pertamina (Persero)

Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia.

b. Misi PT Pertamina (Persero)

Menjalankan Usaha Minyak, Gas, Serta Energi Baru dan Terbarukan Secara Terintegrasi, Berdasarkan Prinsip-Prinsip Komersial Yang Kuat.

Gambar 4. 2 Lini Bisnis PT Pertamina (Persero)



3. Logo PT Pertamina (Persero)

Gambar 4. 3 Logo Perusahaan PT Pertamina (Persero)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seiring dengan kemajuan zaman yang berkembang di berbagai bidang, perwajahan logo PT. Pertamina-pun juga tidak mau ketinggalan dengan para kompetitor asing yang siap menyerang Indonesia. Pada tahun 2005 PT. Pertamina mengganti logonya dengan bentuk yang lebih sederhana guna menyesuaikan perkembangan trend desain promosi saat ini, yakni simpel, mudah diingat, tapi elegan.⁸⁹

a. Makna dari logo Pertamina adalah:

- 1) Warna biru memiliki arti andal, dapat dipercaya dan bertanggung jawab.
- 2) Warna hijau memiliki arti sumber daya energi yang berwawasan lingkungan.
- 3) Warna merah memiliki arti keuletan dan ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan.

b. Simbol grafis memiliki arti:

- 1) Bentuk anak panah menggambarkan aspirasi organisasi Pertamina untuk senantiasa bergerak ke depan, maju dan progresif. Simbol ini juga mengisyaratkan huruf “P” yakni huruf pertama dari Pertamina.
- 2) Tiga elemen berwarna melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk negara Indonesia.

B. Profil PT Pertamina Refinery Unit II Dumai

Lokasi Unit Pengolahan (UP) atau saat ini disebut dengan Refinery Unit (RU) II terletak di Kota Dumai, Provinsi Riau. Tepatnya di tepi Selat Rupat, sebelah Timur Kota Dumai. PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai dibangun oleh Kontraktor Jepang yang bernama Ishikawajima Harima Industries Co pada tahun 1969, dan diresmikan pada tahun 1971 oleh Presiden Soeharto. Selanjutnya pada tahun itu dibangun dua Unit Proses, yaitu *Naptha Rerun Unit* dan *Hydrocarbon Platforming Unit*. Dua unit ini mulai dioperasikan tahun 1973.

⁸⁹ “Arsip PT Pertamina”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kilang RU II Dumai memiliki 14 unit proses produksi pengolahan dan dua unit penunjang proses produksi yang terdiri atas kilang lama (*Exiting Plant*) dan kilang baru (*New Plant*). *Exiting Plant* terdiri atas 3 unit proses, yaitu *Topping Unit/Crude Distilling Unit* (CDU), *Naptha Rerun Unit* (NRU), dan *Hydrobon Platforming Unit* (Platforming I). Kapasitas produksi kilang RU II Dumai adalah 120.000 barel per hari.

New Plant (*Hydrocracer Complex*) merupakan perluasan dari *Exiting Plant* yang dibangun pada tahun 1981. Pengoperasiannya diresmikan oleh Presiden Soeharto, 16 Februari 1984. *New Plant* terdiri dari 11 unit proses produksi, yaitu *High Vacuum Unit* (HVU), *Delayed Coking Unit* (DCU), *Hydrocracing Unit* (HCU), *Naptha Hydrotreating Unit* (NHDtU), *CCR Platforming Unit*, *Hydrogent Plant*, *Nitrogen Plant*, dan *Sour Water System Plant*. Sedangkan dua unit penunjang produksi adalah Instalasi Tangki dan Pengapalan dan *Utilities Unit*.

Sementara itu Kilang Sei Pakning terletak di tepi pantai Sungai Pakning dengan areal seluas 40 hektar. Kilang minyak dibangun pada bulan November tahun 1968 oleh Kontraktor Refican Ltd (*Refining Associates Canada Limited*), dan mulai berproduksi 25.000 barel per hari. Pada September 1975 seluruh operasi Kilang Sei Pakning beralih dari Refican kepada Pertamina.

Selanjutnya kilang ini mulai mengalami penyempurnaan secara bertahap sehingga kapasitas produksinya dapat lebih ditingkatkan. Pada akhir 1977, kapasitas produksi meningkat menjadi 35.000 barel per hari dan April 1980 naik menjadi 40.000 barel per hari. Kemudian sejak tahun 1982 kapasitas produksi sesuai dengan design, yaitu 50.000 barel per hari. Bagian operasi Kilang Sungai Pakning terdiri atas CDU, ITP (Instalasi Tanki dan Pengapalan), *Utilities*, dan *Laboratorium*.

ITP di Kilang Sei Pakning berfungsi untuk menangani pengoperasian tangki crude dan produk, serta untuk proses *loading* (muat) dan *unloading* (bongkar) minyak mentah atau produk. Selain itu juga untuk pengelolaan separator (penampungan sementara buangan minyak). Fasilitas *utilities* di Kilang Sei Pakning mengelola *Water Treatment Plant* (WTP) Sejangat, *Water*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Intake Sungai Dayang, pengoperasian boiler (penghasil steam), pengoperasian *Water Decoloring Plant* (WDcP) dan *Reverse Osmosis* (RO), serta pengoperasian *Power Plant* (pembangkit listrik) dan pengoperasian *Compression Air* (udara hampa).

PT Pertamina dalam arsipnya menyatakan, Kilang Minyak PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai memproduksi jenis bahan bakar minyak dan non bahan bakar minyak, diantaranya:

1. *Premium, Pertalite, dan Pertamax*
2. *Aviationturbine*
3. *Automotive Diesel Oil* (ADO)
4. *Liquefied Petroleum Gas* (LPG)
5. *Green Coke*
6. *Unconverted Oil* (UCO)
7. Produk-produk intermedia

Gambar 4. 4 Keadaan Kilang RU II Dumai



1. Visi dan Misi PT Pertamina Refinery Unit II Dumai

a. Visi PT Pertamina Refinery Unit II Dumai

Menjadi Kilang Minyak dan Petrokimia Nasional yang Kompetitif dan Berwawasan Lingkungan di Asia Pasifik Tahun 2025.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Misi PT Pertamina Refinery Unit II Dumai

Melakukan usaha dibidang pengolahan minyak bumi dan petrokimia yang dikelola secara profesional dan kompetitif berdasarkan Tata Nilai 6 C (Clean, Competitive, Confident, Costumer Focus, Commercial dan Capable) untuk memberikan nilai lebih bagi pemegang saham, pelanggan, pekerja, dan lingkungan.

2. Tata Nilai Perusahaan PT Pertamina Refinery Unit II Dumai

a. *Clean* (Bersih)

Dikelola secara professional, menghindari benturan kepentingan, tidak menoleransi suap, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas. Berpedoman pada asas-asas tata kelola korporasi yang baik.

b. *Competitive* (Kompetitif)

Mampu berkompetisi dalam skala regional maupun internasional, mendorong pertumbuhan melalui investasi, membangun budaya sadar biaya dan menghargai kinerja.

c. *Confident* (Percaya Diri)

Berperan dalam pembangunan ekonomi nasional, menjadi pelopor dalam reformasi BUMN, dan membangun kebanggaan bangsa.

d. *Costumer Focused* (Fokus Pelanggan)

Berorientasi pada kepentingan pelanggan, dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

e. *Commercial* (Komersial)

Menciptakan nilai tambah dengan orientasi komersial, mengambil keputusan berdasarkan prinsip-prinsip bisnis sehat.

f. *Capable* (Berkemampuan)

Dikelola oleh pemimpin dan pekerja yang profesional dalam membangun kemampuan riset dan pengembangan.

3. Strategi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisa SWOT dan GE 9 Cells, RU II menetapkan sasaran strategik utama yaitu :

a. Peningkatan kehandalan kilang

- b. Optimasi biaya produksi
- c. Peningkatan nilai tambah produk
- d. Peningkatan kompetensi pekerja
- e. Peningkatan kepuasan pelanggan

Tujuan yang paling penting dari sasaran strategik tersebut adalah :

- a. Peningkatan revenue dan cost reduction.
- b. Peningkatan kepuasan pelanggan.
- c. Peningkatan citra positif perusahaan.

4. Divisi *Communication Relation & CSR (Corporate Social Responsibility)*

Divisi *Communication Relations* berfokus kepada hubungan baik dengan karyawan internal perusahaan, masyarakat, sekitar Kilang RU II, media, dan *stakeholder* yang berpengaruh terhadap citra perusahaan. Contoh dari programnya adalah AJP (Anugerah Jurnalistik Pertamina), Media Gathering, Fun Fishing With The Media, yang bertujuan untuk memberikan perhatian lebih terhadap publikasi pemberitaan baik terhadap Pertamina oleh para wartawan yang mengikuti ajang tersebut. Kemudian memberikan beberapa kegiatan guna mempererat hubungan baik antar sesama internal perusahaan, yaitu Sport Day, Buka Puasa Bersama, peliputan kegiatan antar bagian.

Komitmen Pertamina dalam melaksanakan TJSL diwujudkan dalam berbagai kegiatan CSR yang meliputi bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur, pemberdayaan masyarakat, manajemen bencana, maupun bantuan khusus. Realisasi kegiatan dilaksanakan oleh seluruh unit kerja fungsi CSR Pertamina, baik di kantor pusat, unit operasi, maupun anak perusahaan. Beberapa kegiatan khususnya di bidang pendidikan dilakukan bersama dengan Pertamina Foundation. Di bawah payung tema “Pertamina Sobat Bumi”, Pertamina mengimplementasikan program CSR untuk tujuan *People, Planet, and Profit (3P)*. Tujuan ini menjadi fokus Pertamina dalam menjalankan operasinya, di mana produk-produk yang dikembangkan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan khususnya bumi untuk kepentingan dan masa depan generasi yang akan datang. CSR Pertamina berfokus pada 4 isu yang menjadi pilarnya yaitu:

1. Pertamina Cerdas
2. Pertamina Sehat
3. Pertamina Hijau
4. Pertamina Berdikari

Demi menumbuhkan dan meningkatkan hubungan yang baik perusahaan dengan *stakeholders*, sebagai *public relations* perlu memiliki strategi atau kegiatan *corporate communication* dalam mempertahankan hal tersebut. Pertamina menggunakan strategi *Corporate Communication* sesuai dengan yang dikutip dari buku *crisis public relations* (Firsan Nova 2009:41) strategi atau kegiatan *corporate communcation* atau yang lebih dikenal dengan bauran *public relations*, adalah sebagai berikut (Ruslan:2002):

a. *Publications*

Setiap fungsi dan tugas *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Dalam hal ini, tugas PR adalah menciptakan berita untuk publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

b. *Event*

Merancang sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik. Berikut beberapa jenis *event*:

1) *Calender event*

Calender event meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu, seperti menyambut hari raya Idul Fitri, hari Natal, Tahun Baru, hari Ulang Tahun, dan sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) *Special event*

Event atau acara ajang yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu di luar acara rutin dari program kerja PR, seperti peluncuran produk baru (*product launching*), pembukaan kantor, pabrik baru, jalan baru, dan sebagainya.

c. *News* (menciptakan berita)

Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain-lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

d. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang public relations adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

e. *Inform or image* (memberitahukan atau meraih citra)

Ada dua fungsi utama dari *public relations*, yaitu memberikan informasi kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

f. *Lobbying and negotiation*

Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelngsungan bisnis perusahaan.

g. *Social responsibility* (tanggung jawab sosial)

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *public relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. Bentuknya beragam seperti peduli banjir, memberi beasiswa, santunan, dan masih banyak lagi.

5. Struktur Organisasi Comm, Rel & CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Divisi Comm,Rel & CSR



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai mengenai bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan dengan menggunakan *Triple Bottom Line*. Maka, dengan ini peneliti memberikan kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan sebagai berikut:

1. Implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) di PT Pertamina Refinery Unit II merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar wilayah perusahaan beroperasi. Yang dimana bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar dan meningkatkan taraf hidup dan tak lupa juga memberikan edukasi dalam implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*).
2. Dalam implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai ini, dapat membentuk sebuah persepsi, kesan yang positif. Bahwasanya, PT Pertamina Refinery Unit II Dumai memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap *stakeholder* dan lingkungan sekitar. Maka upaya ini berguna untuk mempertahankan citra positif PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dan mendapatkan hasil dengan judul penelitian Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan. Maka dengan ini peneliti menyampaikan saran, sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, sudah dapat dikatakan baik dikarenakan mampu mendapatkan apresiasi dan penghargaan. Namun,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu ditingkatkan Kembali motivasi setiap penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Agar nantinya tidak terjadi kesalah pahaman yang mengakibatkan program itu terputus dan tidak dilanjutkan Kembali. Dalam pelaksana kegiatan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat dibutuhkan peran *Community Development Officer* terhadap masyarakat binaan.

2. Dalam pembagian *jobdesk* program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai, seharusnya lebih terstruktur dan lebih rapih lagi. Dikarenakan, ketika mahasiswa melakukan penelitian dan ingin membutuhkan sebuah data atau wawancara sudah ada orang yang tepat bertanggung jawab atas itu. Agar tidak terjadi sebuah kebingungan yang dialami oleh seorang peneliti.
3. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang sudah melakukan program berbasis pengembangan masyarakat, namun masih banyak program yang belum bersifat jangka panjang (*sustainability*).



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntari menjadi Mandatory*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Budiyono, Tri. 2011. *Hukum Perusahaan*. Salatiga: Griya Media.
- Chariri, A dan Ghazali. 2006. *Teori Komunikasi*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Iriantara, Yosol. 2013. *Community Relation Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kristanto, V. H. 2018. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenad Media Group.
- Krisyantono, Rachmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenad Media Group.
- Lexy, Moeleong, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nawawi, Hadari. 2007. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Noya, Firsan. 2011. *Strategi Public Relation: Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Erlangga
- Prajarto, Nunung. 2012. *CSR Indonesia: sinergi pemerintah, perusahaan dan public*. Yogyakarta: Fisipol UGM.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Prastowo, Joko, Miftachul Huda. 2011. *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Rachmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rudianto, B, dan Melia F. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications: A Framework for PR Pracitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina. 2016. *Corporate Social Responsibility: Dipandang dari perspektif Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Ekuilibria
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharto, Edi. (2006). *Pekerjaan Sosial Industry, CSR dan Comunication Development, Workshop tentang Corporate Social Responsibility (CSR)*. Bandung: Lembaga Studi Pembangunan (LSP) STKS.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggung jawab sosial Perusahaan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suparno. 2017. *Implementasi Kebijakan Publik dan Praktek*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya.

Sumber Non Buku (Jurnal):

- Amelia, Limijaya Felisia. 2014. Triple Bottom Line dan Sustainability. Jurnal Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi. Vol 18 (1):
- Aqiela, Lin, Santoso Tri Raharjo dan Risna Resnawaty. 2018. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) El-Corps. Jurnal Social Network. Vol 8(2): 211-218
- Desy Kadek Aprianthiny. 2015. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Usaha pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Bali. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi(JJPE). Vol 5(1):
- Fairuz, Ratu Annisa, Dkk. 2018. *Corporate Social Responsibility* di PT Prudential Life Assurance. Jurnal Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat. Vol 5(3):
- Firdaus, Ferriansyah. 2016. Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Used Motorcycle Department dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finance. Jurnal Visi Komunikasi. Vol 15(2):
- Goel, P. 2010. *Triple Bottom Line reporting: An analytical approach for corporate sustainability*. Journal of Finance. Vol 1(1):
- Kertamukti, Rama. 2015. Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). Jurnal Komunikasi Profetik. Vol 8(1):
- Kolisoh, Nur. 2015. Strategi Komunikasi *Public Relations* dan Citra Positif Organisasi; Kasus *Public Relations* Rumah Sakit "X" di Jakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 13(3):
- Larekeng, Renny Silvia. 2017. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* melalui Program BRI Peduli. Jurnal Online Kinesik. Vol 4(2):
- Lin Lindawati Ans Swat, Marsella Eka Puspita. 2015. *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap* dalam peningkatan kinerja perusahaan. Jurnal Akutansi Paradigma. Vol 6(1):
- Michael, Ricky, Santoso Tri Raharjo dan Resnawaty. 2019. Program CSR Yayasan Unilever Indonesia berdasarkan teori *Triple Bottom Line*. Jurnal Pekerjaan Sosial . Vol 2(1):
- Nurul Ihsan. 2013. Tinjauan mengenai Bentuk-bentuk Perusahaan dalam Konsep Ekonomi Konvensional dan Fiqh Islam. Jurnal Ekonomi Islam. Vol 3 (1).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Papeo, Adyan, Kalangi dan Aneke Punuindoong. 2018. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Indonesia Manado. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 6(3):
- Prayadi Putera Ilham. 2017. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bidang *Empowerment* PT Pertamina RU-II Dumai. Jurnal Jom Fisip. Vol 4(2):
- Puspita, Marsella Eka. 2015. *Corporate Social Responsibility*: Implikasi *Stakeholder* dan *Legitimacy* Gap dalam peningkatan Kinerja Perusahaan. Jurnal Parsimonia. Vol 2(1):
- Qona'ah Siti. 2017. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Sari Husada Melalui Pemberdayaan Perempuan "Warung Anak Sehati" di SDN Gondolayu Yogyakarta. Jurnal Komunikasi. Vol 8 (2): 73 – 80
- Qonaah, S. 2018. Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program "PLN PEDULI". Jurnal Komunikasi. Vol 9(1): 46-52
- Rahadhini, MD. 2010. Peran Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program *Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol 10(1):
- Rahmayanti, Dian Rhesa. 2014. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam membangun citra perusahaan. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 11(1):
- Rakhmawati R, Raesita dan Anwar Sani. 2016. Implementasi Kegiatan Corporate Communication oleh Divisi Corporate Secretary PT. Bio Farma (Persero). Jurnal Ilmiah Studi Hubungan Masyarakat. Vol 1(1):
- Riswanto, Iwan, Dkk. 2019. *Implementation of Corporate Social Responsibility Program in Gresik Petrochemical*. Journal International by RJOAS. Vol 1(85) :
- Suharyanti. 2017. Urgensi Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan meningkatkan komitmen organisasi (Studi kasus pada Sektor Industri Perbankan Indonesia: PT Bank XYZ, Tbk). Journal communication spectrum. Vol 4(2):
- Suryani, Rezky Aditya dan Yan Hendra. 2018. Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk Peningkatan Taraf Hidup Masyarakat. Jurnal Interaksi. Vol 2(1): 85-106
- Susiloadi, P. 2008. Implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Jurnal Fisip Universitas Sebelas Maret. Vol 4(2):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Triyani, Olza. 2017. Implementasi Program CSR Darmasiswa Chevron Riau PT Chevron Pacific Indonesia Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. Jurnal Jom Fisip. Vol 4(2) : 1-15

Yoga, Maulana, Yusuf, Dkk. 2019. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia. Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Vol 5(3) :





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama	: Brasto Galih Nugroho
Jabatan/Pekerjaan`	: Manager CommRel, CSR & SMEPP PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
Tanggal Wawancara	: 23 Juli 2020

B. Pedoman Pertanyaan

- a. Kategori Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)
 1. Bagaimana sejarah perkembangan CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
 2. Berapa program CSR yang ada di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai?
 3. Terkait program, sektor/bidang apa yang menjadi prioritas dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat?
 4. Apa yang menjadi tantangan oleh Perusahaan dalam implementasi Program CSR ?
 5. Bagaimana tolak ukur dalam implementasi program CSR ini?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Apa saja penghargaan yang pernah diraih oleh CSR?
 2. Bagaimana perusahaan sendiri dalam mempertahankan citra perusahaan ?
 3. Bagaimana harapan/motivasi untuk implementasi program CSR ini kedepannya?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

Jawaban Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sejarah CSR Pertamina merupakan bentuk kepedulian, tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan juga lingkungan nya. Kita ini ya, seputar CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan PKBL (Program Kemitraan Bina Lingkungan). Nah untuk CSR sendiri basis nya di UU Perseroan. Untuk PKBL sendiri basisnya Peraturan Menteri BUMN. Untuk CSR ini kita sifatnya terprogram. Misalnya untuk tahun 2020 ini, sudah di rencanakan di tahun 2019 yang berdasarkan *social mapping*. Berangkat dari *social mapping*, nantinya kita membuat program kemudian kita jalankan program nya. Untuk program nya sendiri ini nanti nya untuk jangka panjang. Nah itu untuk CSR, untuk PKBL nya sendiri lain lagi. PKBL ini dipisahkan lagi yaitu Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Program Kemitraan ini sendiri pinjaman modal kepada usaha kecil (*micro*). Sementara untuk Bina Lingkungan hamper mirip dengan CSR, hanya saja lebih tidak terprogram dan basis nya pun berdarkan pengajuan dari masyarakat nantinya.
2. Ada banyak, tapi dalam artian ada program untuk nelayan, program untuk sekolah, program untuk petani, program masyarakat peduli api dan masih banyak lagi. Nah program CSR ini kita fokuskan pada masyarakat sekitar wilayah perusahaan beroperasi.
3. Kita sendiri tentunya fokus dalam memperdayakan masyarakat yang berhubungan dengan peningkatan ekonomi. Itu bisa kelompok petani, kelompok nelayan.
4. Disini tentunya kita sangat perlu berkomunikasi dengan masyarakat. Karena terkadang sifat iri dari masyarakat yang membuat ini menjadi tantangan. Misalnya saja, masyarakat lebih suka program *charity* daripada program yang telah dibuat. Karena jika *charity* berarti masyarakat langsung menerimanya sedangkan untuk program sendiri kita harus menikmati prosesnya dahulu. Dapat dicontohkan itu seperti, pembagian sembako.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Kalau keberhasilan kita memiliki yang namanya indeks kepuasan masyarakat. Nah indeks kepuasan ini lah bisa nantinya kami jadikan sebagai tolak ukur dalam program tersebut. Nanti coba kamu minta ke pak Bambang.

Jawaban Citra Perusahaan :

1. CSR disini kita fokuskan ke Proper. Nah kita sendiri sudah mendapat proper hijau sebanyak dua kali, dan banyak proper kerja juga yang dinilai.
2. Citra ini sebagai essence to operate. Dengan adanya CSR merupakan lisensi pertamina untuk bisa beroperasi di tengah masyarakat. Citra ini juga untuk mencapai sebuah proper. Yang jelas antara perusahaan dan masyarakat tentunya ada timbal balik, dimana perusahaan membutuhkan masyarakat dan masyarakat juga membutuhkan perusahaan untuk mendapatkan manfaat.
3. Kita ingin CSR ini lebih memberdayakan masyarakat, membuat masyarakat lebih mandiri, tentunya memberikan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama : Bambang Imawan
 Jabatan/Pekerjaan : Jr. Officer CSR & SMEPP PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
 Tanggal Wawancara : 23 Juli 2020

B. Pedoman Pertanyaan

- a. Kategori Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)
 1. Bagaimana CSR menurut bapak?
 2. Apa tujuan Perusahaan melaksanakan CSR?
 3. Bagaimana mengenai program CSR di RU II ?
 4. Bagaimana proses dalam pengimplementasian program CSR?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Apakah program CSR dapat meningkatkan profit perusahaan?
 2. Adakah peran media dalam implementasi program CSR?
 3. Apa harapan atau motivasi untuk program CSR kedepannya?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

Jawaban Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. CSR itu merupakan sebuah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Tanggung jawabnya bisa dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang tentunya dapat memberikan dampak baik. Dimana dapat berupa bantuan, pemberdayaan, penyerapan tenaga kerja, pelatihan dan lain-lain. Yang penting bagaimana masyarakat dapat merasakan dampak baik dari sebuah perusahaan.
2. Tujuannya yaitu itu tadi sebagai tanggung jawab perusahaan melalui rancangan UU Perseroan.
3. Untuk program detail nya lebih bisa ditanyakan oleh iwed.
4. Pertama itu kita lakukan social mapping, lalu kita rencanakan program nya, lalu kita melakukan monitoring program, sampai hasil evaluasi ini menyatakan bahwa hasil penerima binaan kita ini sudah bisa mandiri dan bisa kita lepas. Tapi jika penerima binaan ini belum mandiri, maka gak akan kita lepas, kita akan pantau terus.

Jawaban Citra Perusahaan :

1. Untuk profit tidak, tapi kalau untuk citra iya. Karena kan kita membangun citra. Yang dimana kita membantu pemberdayaan masyarakat, sehingga ekonomi masyarakat menjadi lebih baik lagi. Tetapi kalau untuk profit perusahaan itu tidak dalam bentuk value uang, tetapi dalam bentuk citra.
2. Jelas ada, karena kita butuh promosiin kegiatan juga. Biar program CSR ini dapat di promosikan yaitu lewat media. Peran pertama yaitu, mempertahankan keberlangsungan si mitra yang kita bantu. Nah yang kedua memang untuk membangun citra perusahaan, bahwasanya agar orang tau kalau kita berhasil meningkatkan ekonomi masyarakat lewat program ekonomi masyarakat.
3. Harapannya, pertama kita benar-benar ingin membantu masyarakat sekitar perusahaan terutama ekonomi nya yang lemah. Kita mau bagaimana perusahaan punya dampak baik untuk masyarakat sekitar. Harapan lainnya adalah, nantinya masyarakat menjadi garda depan perusahaan jika terjadi suatu masalah di perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama	: Kenny Bastian Rewos
Jabatan/Pekerjaan	: Community Development Officer PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
Tanggal Wawancara	: 22 Juli 2020

B. Pedoman Pertanyaan

- a. Kategori Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility)
 1. Apa itu CSR?
 2. Apa tujuan perusahaan melaksanakan CSR?
 3. Sudah berapa lama perusahaan melaksanakan CSR?
 4. Apa saja program CSR yang ada di Pertamina Refinery Unit II Dumai?
 5. Apa saja proses dalam implementasi program CSR?
 6. Apa yang menjadi tantangan dalam menjalankan program CSR?
 7. Sejauh ini berapa persentase keberhasilan dari program CSR tersebut?
 8. Apa harapan program CSR ini kedepannya?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

Jawaban Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. CSR itu adalah tanggung jawab sosial perusahaan.
 2. Perusahaan melakukan CSR itu benar ada niatnya untuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya khususnya di bidang sosial. Karena kan di CSR itu lebih fokus ke pemberdayaan masyarakat. Yang dimana perusahaan menginginkan masyarakat itu menjadi lebih mandiri. Yang kedua, CSR juga dapat meningkatkan citra di masyarakat terkait perusahaannya lalu bisa menimbulkan efek mutualisme.
 3. Untuk di RU II sudah lama sih, tapi untuk arah ke pemberdayaan itu mungkin baru-baru ini. Karena dulu itu baru bersifat charity. Dimana, ada proposal nantinya dana nya cair. Tetapi untuk sekarang tidak seperti itu tidak lepas begitu saja, masyarakat lebih di arahkan, diberikan pelatihan dan diberdayakan agar nantinya lebih mandiri dan tidak bergantung kepada perusahaan.
 4. Nah kan kalau di Pertamina itu ada 4 pilar kan, cerdas, hijau, sehat dan berdikari. Untuk cerdas itu kami ada program adiwiyata, Pertamina Sehat itu ada Posyandu terus ada bakti sosial cek Kesehatan gratis khususnya daerah Ring 1. Kalau untuk berdikari, ada program pertanian bukit mekar, kelompok paman jaya, bank sampah. Kelompok nelayan. Lalu pertamina hijau itu bisa fokus program nya ke adiwiyata juga, bank sampah juga bisa. Terus ada juga, penanaman pohon. Kalau aku sendiri disini bertanggung jawab program nya lebih ke charity tapi infrasturktur. Yang pertama program rumah layak huni, kedua program masyarakat peduli api, ketiga program pelebaran jalan dan terakhir yaitu program drainase.
 5. Sebelum kita membuat program CSR tentunya paling awal nya adalah social mapping. Ini bertujuan untuk melihat target penyaluran bantuan CSR, demografi masyarakatnya, culture nya seperti, yang terpenting itu adalah potensi. Potensi apasih yang layak untuk dikembangkan. Setelah itu, kita mendekati stakeholder terkait. Nah setelah itu pengimplementasian. Biasanya disini nanti kami mebentuk kelompok untuk menjalankan program tersebut. Lalu setelah program itu jalan, nantinya kami akan
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan FGD. Setelah FGD ini adanya nanti proses administrasi hingga dana cair. Nah kalau dana cair disitu kita baru melakukan pendampingan sambil menjalankan program tersebut.

6. Untuk tantangan nya sendiri itu pertama ada di internal dan eksternal. Kalau internal itu pastinya dari manajemen perusahaan nya. Misalnya ni, dulu ada namanya program sentral buah. Nah disini tim manajemen memberikan masukan untuk menanam buah ini, tetapi dalam kenyataanya tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Yaitu menurut kondisi geografis dan struktur tanah, bahwasanya buah tersebut tidak dapat di tanam di daerah geografis dan tanahnya di kota Dumai. Alhasil nya, pohon itu memang tumbuh tetapi seperti tidak sehat gitu loh, terus juga dari pengelolanya tidak memiliki basic cara bertani. Kalau dari eksternal sendiri yaitu dari masyarakat penerima bantuannya. Yang kualami sendiri y aitu, bahwasanya masyarakat kota dumai itu jatuhnya seperti manja gitu. Karena mereka merasa bahwasanya dengan adanya CSR mereka bisa mendapatkan bantuan tiap tahunnya. Padahal sebenarnya itu harapan kita suatu saat mereka bisa mandiri, tidak perlu meminta bantuan lagi.
7. Wah 100% dong. Yang pertama, rumah layak huni sudah ditempatin, terus drainase berhasil menghilangkan banjir terus MPA juga setelah di bantu mbung tidak pernah terjadi kebakaran lagi. Terus jalan, akses yang dibangun itu benar-benar dirasakan banget oleh masyarakat, dan jalannya pun menjadi lebar.
8. Dari segi Pemerintahan, Seharusnya CSR ada diatur dalam aturan baku karena dimana CSR kan selama ini diatur dalam Perundang-Undangan kan. Saat ini mengacu pada Kementerian Lingkungan Hidup. Lalu kedua, untuk Perusahaan. Dimana Perusahaan kalau bisa lebih ke mutualisme gitu membuat program nya. Dan juga untuk tim manajemen juga , diwajibkan untuk memahami CSR.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama	: Isa Elfianto
Jabatan/Pekerjaan	: Community Development Officer PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
Tanggal Wawancara	: 15 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)
 1. Apa itu CSR?
 2. Apa tujuan perusahaan melaksanakan CSR?
 3. Sudah berapa lama perusahaan melaksanakan CSR?
 4. Apa saja proses dalam implementasi program CSR?
 5. Apa yang menjadi tantangan dalam menjalankan program CSR?
 6. Sejauh ini berapa persentase keberhasilan dari program CSR tersebut?
 7. Apakah program CSR ini sendiri mendatangkan profit di masyarakat?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

Jawaban Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. CSR itu Corporate Social Responsibility. Komitmen suatu perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar.
2. Setau isa, adanya UU tentang Perseroan. Dari UU Perseroan ini mewajibkan suatu perusahaan Perseroan melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, didalam CSR juga ada namanyaa program kemitraan dan Bina Lingkungan. Dasarnya dari UU Peraturan Menteri BUMN.
3. Untuk saya sendiri, menjalankan program CSR baru dimulai tahun lalu. Baru Agustus mulai. Jadi jika untuk kapan terbentuk CSR disini, saya kurang tau.
4. Program yang pertama itu karena adanya pemetaan sosial yang dibuat oleh Social Development Centre dari UGM. Disana ada rekomendasi dari kegiatan namanya, kegiatan usaha masyarakat penguatan kapasitas pelaku usaha di Tanjung Palas. Nah dari sini, kami mulai dari tim CDO menilai ulang apakah benar rekomendasi tersebut. Dan dilapangan telah menemukan yang cocok. Maka, terbentuk lah program kepada mitra persada. Lalu kalau yang kedua, ini berasal dari social mapping itu adanya program anti narkoba. Lalu kita menghubungi BNN dan BNN sendiri menyarankan zona merah di Kota Dumai.
5. Nah jika di lihat di program Mitra Persada itu kelembagaannya. Karena kelompok mitra ini baru dibentuk 2019 kemarin. Dari kelompok tersebut memang kelembagaan nya belum kuat dan lebih dominan ke struktur inti saja. Dan kegiatan kelembagaan nya juga masih kurang. Terus kalau untuk yang di Kampung KB yaitu di tempat wilayah kelembagannya. Ya kamu tau sendiri lah disana gimana kan. Sedangkan saya sebagai fasilitator jarang kesana dan jarang melihat. Maka dapat disimpulkan , bahwasanya setiap program itu memiliki tantangan yang berbeda-beda.
6. Nah kalau menurut saya, untuk persentase sendiri saya sebelum melakukan persentase memakai namanya kerangka acuan kerja. Dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kerangka acuan kerja ini, menilai tentang keberhasilan suatu kegiatan. Contohnya, Mitra Persada. Nah di sini nanti ada kegiatan namanya pelatihan tenun. Tingkat keberhasilan nya sendiri dapat dikatakan 96,1 %. Persentase ini dilihat dari tingkat kehadiran peserta. Dan untuk kegiatan terbaru ada namanya pelatihan sablon. Pelatihan ini persentase nya 100%.

7. Dapat dilihat dari yang pertama, yaitu pengembangan modal. Disini yakni ada modal SDM, pengetahuan, saling kepercayaan. Lalu modal ekonomi, modal yang tidak dalam bentuk dana langsung. Melainkan, berupa alat produksi yang impact jauh nya peningkatan geranting dari pendapatan dari kelompok maupun pribadi mereka.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama	: Iwed Mulyani
Jabatan/Pekerjaan	: Community Development Officer PT Pertamina Refinery Unit II Dumai
Tanggal Wawancara	: 22 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)
 1. Apa itu CSR?
 2. Apa tujuan perusahaan melaksanakan CSR?
 3. Sudah berapa lama perusahaan melaksanakan CSR?
 4. Apa saja proses dalam implementasi program CSR?
 5. Apa yang menjadi tantangan dalam menjalankan program CSR?
 6. Sejauh ini berapa persentase keberhasilan dari program CSR tersebut?
 7. Apakah program CSR ini sendiri mendatangkan profit di masyarakat?
 8. Apa harapan program CSR ini kedepannya?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan

Jawaban Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. CSR itu kan bentuk tanggung jawab perusahaan, dimana untuk menjalankan program pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan tanggung jawab nya masing-masing. Jadi dalam garis besar, CSR itu merupakan sebuah program pemberdayaan.
2. Tujuan RU II dalam pengimplementasian yak karena sudah merupakan tanggung jawab perusahaan dan sudah tertuang dalam TJSL Perusahaan. jadi wajib mengimplementasikan program tersebut.
3. Sepengetahuan saya, di RU II melaksanakan program CSR itu sudah dari 2013. Tapi lebih hanya bersifat charity. Misalnya, mereka butuh kursi berarti nantinya di berikan kursi tersebut. Sehingga tidak ada Tindakan lanjut yang sama seperti sekarang ini. Dan jika dilihat dari laporan, baru di tahun 2017 ada laporannya.
4. Prosesnya yaitu perencanaan. Yang dimana perencanaan ini seperti diskusi kelompok potensi masalah. Setelah itu harapan, lalu melihat komitmen masyarakat , barulah implementasi. Untuk implemetasi ini sendiri berangkat dari perencanaan tadi. Nah cuman dalam implementasi ini sendiri kita juga memberikan timeline ke masyarakat, terus pembagian kerja, lalu monitoring.
5. Tantangan nya lebih ke masyarakatnya sendiri sih, karena masyarakat maunya lebih ke instan. Sehingga kita juga perlu memberikan pemahaman, semangat ke masyarakat tadinya. Tantangan selanjutnya, intervensi dari berbagai pihak. Tantangan ketiga, karena program setiakawan ini yang jalankan banyak lansia. Sehingga timbul rasa egois, maksudnya dalam artian ketika diberikan sebuah pembelajaran kadang mereka kurang ingin menerima. Seperti mereka itu semi primitive.
6. Kalau Persentasi nya sih hampir 100%, kenapa tidak 100% ya karena ada program seperti Program setiakawan ini mengalami beberapa kendala di lapangan. Program itu juga dibentuk berdasarkan kemauan. Sementara di lapangan kenyataan nya berbeda.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Tentunya pasti mendatang profit sih. Misalnya ni, mereka itu kelompok tani, yang mereka harus membeli bibit, alat. Tapi karena adanya program ini tentunya mereka tidak perlu membeli kan, dana tersebut tentunya bisa dialihkan untuk kebutuhan pribadi mereka. Ketika program sudah dijjalankan pun, mereka tentunya mendapatkan keuntungan juga. Sedangkan untuk perusahaan sendiri, jika CSR itu berhasil tentunya Proper nyaa berhasil.
8. Semoga masyarakat berhasil dalam menjalankan road map dan tujuan berhasilnya.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama : Yusmarni
Jabatan/Pekerjaan : Masyarakat Ring 1 / Penerima Program CSR
Tanggal Wawancara : 15 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR
 1. Apa program CSR PT Pertamina RU II yang dilaksanakan pada kelompok bapak/ibu?
 2. Sudah berapa lama kelompok ini didirikan ?
 3. Bagaimana mengenai profil kelompok bapak/ibu?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Bagaimana dampak setelah pihak CSR Pertamina RU II memberikan bantuan kepada kelompok bapak/ibu?
 2. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai CSR Pertamina RU II ?
 3. Apa harapan bapak/ibu mengenai program ini?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawaban Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR

1. Untuk Program ini dikenal dengan Kampung KB, dimana kampung KB ini memiliki 8 fungsi keluarga, untuk tahapan pertama dari seksi Pendidikan itu kita ada kelompok POKTAN. Kelompok POKTAN ini nantinya ada bantuan BKR (Bantuan Etalase untuk Perpustakaan) sebanyak 2 unit, dan itu lokasi nya diletakkan sementara di pos kampung KB yang terletak di belakang Jl. Cendrawasih. Terus yang kedua, kakak lupa tapi itu ada item-item nya ya, kita lanjutkan saja dengan yang lain ya. Selanjutnya yaitu POPJA yaitu pembangunan bina lingkungan, disana ada taman bermain anak, disana ada 7 unit yang diberikan oleh CSR Pertamina RU II. Nah kalau untuk seksi ekonomi nya, kita dibantu berupa alat yaitu untuk pengembangan produk pangan dan pengembangan produk dari tali kur. Dan alhamdulillah sudah dimanfaatkan oleh kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera yang merupakan program dari BKKBN. Dari hasil yang sudah dibantu oleh pihak perusahaan, alhamdulillah sudah ada pengembangan, tetapi karena itu covid kita sedikit tersandung dari bulan 3 sampai bulan 6 karena mengingat social distancing tersebut.
2. Didirikan sejak 29 Agustus 2017. Dan alhamdulillah sentuhan dari CSR nya cukup banyak, karena kampung KB ini sendiri bukan hanya membahas mengenai keluarga berencana, melainkan juga harus melibatkan lintas sektor tentang bagaimana kita bisa merangkul masyarakat setempat untuk keluarga sejahtera dan berkualitas.
3. Pada awalnya, kampung ini dikenal dengan kampung Narkoba, nah dengan dibuat program ini kita harus menghilangkan image tersebut yang tadinya image nya buruk “kampung dalam” dengan program ini dapat menghilangkan mindset orang luar terkait kampung tersebut. Dan juga dengan adanya kampung KB aktivitas masyarakat menjadi lebih positif lagi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawaban Citra Perusahaan

1. Alhamdulillah, memang sudah banyak CSR yang bekerja sama dengan kami. Tapi, yang benar-bener menjadi bapak angkat CSR kami itu ya Pertamina inilah yang pertama kali benar-bener CSR. Dengan binaan ini tentu nya kami sangat terbantu dari segi kualitas kadernya sendiri, seperti kegiatan sablon yang dimana awalnya kader tidak tau menjadi lebih tau mengenai ssablon itu sendiri. Lalu dari segi pelaporan, untuk pelaporan nya sendiri itu harus lebih rinci dan nantinya di pertanggung jawabkan. Selanjutnya, dari segi ekonomi jelas sekali sangat membantu, dari mereka yang dulu nya kurang pendapatan, alhamdulillah sekarang sudah ada peningkatan.
2. Alhamdulillah, dengan pembelajaran dari CSR yang biasanya kita dari CSR sudah pernah memperoleh itukan berbentuk uang. Nah beda hal nya dengan CSR Pertamina, mereka lebih mendidik kita dan memfasilitasi untuk program ini sendiri denga apa yang kita butuhkan dan difasilitasi sama pihak CSR tidak dalam bentuk uang.
3. Harapan nya yang jelas dengan bantuan CSR Pertamina ini diharapkan apa yang kami Kelola tepat sasaran. Dan kami berharap untuk pelatihan itu sesuai dengan apa yang kita butuhkan biar berkelanjutan atau berkesenambungan gitu.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama : Hasyim
Jabatan/Pekerjaan : Masyarakat Ring 1 / Penerima Program CSR
Tanggal Wawancara : 16 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR
 1. Apa program CSR PT Pertamina RU II yang dilaksanakan pada kelompok bapak/ibu?
 2. Sudah berapa lama kelompok ini didirikan ?
 3. Bagaimana mengenai profil kelompok bapak/ibu?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Bagaimana dampak setelah pihak CSR Pertamina RU II memberikan bantuan kepada kelompok bapak/ibu?
 2. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai CSR Pertamina RU II ?
 3. Apa harapan bapak/ibu mengenai program ini?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Jawaban Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR

1. Kami kan dari program nelayan tuna, jadinya kami mendapatkan bantuan seperti alat-alat tangkap dan juga ada kami mendapatkan pelatihan untuk budidaya ikan lele.
2. Sejak 2018
3. Dahulunya itu kami menangkap menggunakan mesin yang kecil, nah dengan adanya bantuan CSR Pertamina tentunya kami sudah menggunakan mesin besar untuk berlayar. Dan namanya saja nelayan tuna, akan tetapi kami menangkap ikan lain juga, seperti ikan pari, ikan jaring dll. Kami juga menangkapnya di pulau Rupat sana, kami mandah selama kurang lebih seminggu. Untuk anggota kami sendiri sebanyak 14 orang.

Jawaban Citra Perusahaan

1. alhamdulillah, selama ada CSR Pertamina ini ekonomi kami meningkat. Misalnya kurang pendapatan saat menangkap, tetapi kami masih memiliki budidaya ikan lele. Yang dimana budidaya ini baru sekali panen, akan tetapi sudah ada tambahan 4 kolam baru untuk budidaya .
2. Kalau pandangan kami, tentunya CSR ini menjadi No.1 kami. Karena dengan CSR ini pendapatan kami agak meningkat. Dan kami juga meenganggap CSR Pertamina ini 1 tujuan, 1 Keuntungan, 1 Rezeki untuk bersama. Yang dimana dulu pendapatan kami hanya mencaapai 20 akan tetapi sejak ada CSR meningkatlah pendapatan kami.
3. Harapan kami, agar Pertamina jangan lepas dari kami. Dan tentunya kami akan terus berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan program ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama	: Juslastri, S.Pd, SD
Jabatan/Pekerjaan	: Masyarakat Ring 1 / Penerima Program CSR
Tanggal Wawancara	: 24 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR
 1. Apa program CSR PT Pertamina RU II yang dilaksanakan pada kelompok bapak/ibu?
 2. Sudah berapa lama kelompok ini didirikan ?
 3. Bagaimana mengenai profil kelompok bapak/ibu?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Bagaimana dampak setelah pihak CSR Pertamina RU II memberikan bantuan kepada kelompok bapak/ibu?
 2. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai CSR Pertamina RU II ?
 3. Apa harapan bapak/ibu mengenai program ini?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawaban Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR

1. Program adiwiyata yang dilaksanakan itu seperti gotong royong antara guru-siswa, maupun guru-orangtua siswa, lalu menanam hidroponik. Ketika sebelum covid kemarin bagus sekali adiwiyata di sekolah ini. Tetapi karena covid dan libur puasa ini kurang diperhatikan. Karena selama covid guru tidak semuanya hadir, lalu siswa pun diliburkan. Saya pun memiliki kesibukan juga. Jadi agak terabaikan adiwiyata di sekolah ini. Untuk itu, setelah persiapan membangun ini saya akan ditata ulang adiwiyata nya.
2. Saya menerima bantuan CSR ini sudah 3 kali, sehingga sudah dari tahun 2018.
3. Ada 4 Kelompok. 1 tim itu berbeda-beda. Ada tim Green House, lalu tim lingkungan, lalu tim administrasi dan terakhir tim biopori. Tentunya semua guru berperan.

Jawaban Citra Perusahaan

1. Dampak positifnya yaitu, kami bisa memperbaiki terutama semangat gotong royong, kedua, kerja sama antara guru-siswa, guru-orangtua siswa. Ketiga, sekolah kami pun nampak lebih cerah.
2. Menurut pandangan saya bagus. Karena dengan adanya CSR mereka juga memperhatikan sekolah terutama sekolah kami yang berada di sekitar kilang ini.
3. Harapan saya sebagai kepala sekolah, besar sekali terhadap Pertamina ini. Pertama saya mengharapkan Pertamina dapat memperhatikan sekolah kami sebagai sekolah binaan Pertamina. Tentunya dengann kami menjadi sekolah binaan Pertamina, kami lebih diperhatikan dimulai dari sarana prasarana. Harapan yang kedua, Pertamina lebih meningkatkan mutu, digiring, dibina, disupport sekolah kami untuk bersaing dengan sekolah lain. Tetapi kalau kami dicuekin ya tentunya kami begini-begini sajalah. Harapan yang ketiga, tentunya kami mendoakan CSR Pertamina tetap berkelanjutan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

A. Identitas Informan :

Nama : Yuniar
Jabatan/Pekerjaan : Masyarakat Ring 1 / Penerima Program CSR
Tanggal Wawancara : 27 Juli 2020

B. Pedoman Wawancara

- a. Kategori Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR
 1. Apa program CSR PT Pertamina RU II yang dilaksanakan pada kelompok bapak/ibu?
 2. Sudah berapa lama kelompok ini didirikan ?
 3. Bagaimana mengenai profil kelompok bapak/ibu?
- b. Kategori Citra Perusahaan
 1. Bagaimana dampak setelah pihak CSR Pertamina RU II memberikan bantuan kepada kelompok bapak/ibu?
 2. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai CSR Pertamina RU II ?
 3. Apa harapan bapak/ibu mengenai program ini?

Catatan: Dengan menggunakan snowball sampling, pertanyaan akan bertambah dari temuan hasil wawancara dengan informan dilapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawaban Profil Program CSR dan Profil Kelompok Binaan CSR

1. Pertama, di bentuk posyandu sehati, kami dilantik dan langsung dikenalkan di kantor camat dan juga diberikan baju seragam. Kedua, kami diberikan dana untuk KRPL (Kawasan Rumah Pangan Lestari) dengan tambahan MPASI yang setiap setahun sekali diberikan 500 ribu. Nah ketika covid kami diberikan pencuci tangan dan lengkap semua dengan fasilitasnya. Kami juga selalu dilibatkan dalam kegiatan Pertamina RU II.
2. Sudah 2 tahun kami terbentuk posyandu sehati.
3. Posyandu sehati ini merupakan program binaan CSR 2 kelurahan yaitu Jaya Mukti dan Tanjung Palas yang termasuk dalam kawasan ring 1. Posyandu ini sendiri terdiri dari 9 Posyandu anak yang berada di Kelurahan Jaya Mukti dan 4 Posyandu anak yang berada di Kelurahan Tanjung Palas. Sehingga totalnya ada 13 Posyandu binaan CSR PT Pertamina Refinery Unit II Dumai. Posyandu Sehati juga sudah pernah menjadi perwakilan untuk mengikuti acara ISDA 2018. Dan alhamdulillah posyandu masuk dalam urutan 4 besar.

Jawaban Citra Perusahaan:

1. Untuk dampaknya sendiri, ketika ada event di Pertamina RU II posyandu sendiri selalu di libatkan maupun ditampilkan mengenai kegiatan saat posyandu tersebut.
2. Menurut saya, saya mau CSR itu betul-betul dia memperhatikan masyarakat sekitarnya apapun kegiatan yang ada dikelurahan sehingga perusahaan ikut andil dalam kegiatan apapun itu. Kami juga berterima kasih, Pertamina juga berterima kasih. Dan kami juga sangat membutuhkan bantuan Pertamina, Pertamina juga sangat peduli.
3. Harapannya, CSR Pertamina RU II selalu bekerja sama dengan posyandu sehati. Dana PMT segera turun dan untuk seragam posyandu dapat segera diberikan, dikarenakan seragam kami sudah mulai memudar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran

Program UMKM Perempuan Anggrek Bersama



Program Pengembangan Posyandu Sehati





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Program Pertanian dan Perikanan Terpadu Bukit Mekar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Program Pengembangan Bank Sampah



Program Pengembangan Sekolah Adiwiyata



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Menuju Kampung Wisata



Program Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Tuna



Program Kemitraan dan Bina Lingkungan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Penghargaan Program corporate social responsibility (CSR)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dengan pihak CSR & SMEPP PT Pertamina Refinery Unit II Dumai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

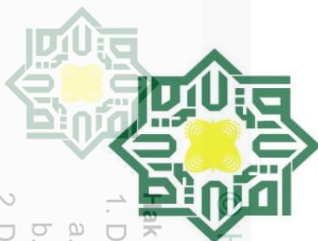
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

UIN SUSKA RIAU

Nomor : B- /Un.04/F.IV.3/PP.00.9/ /2020 Pekanbaru, 1441 H
Sifat : Biasa 2020 M
Lampiran : 1 (satu) Ekslembar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.

Gubernur Riau

Up. Kepala Dinas Penanaman Modal

Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau

Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Waraumatullah Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : **REVI NUR PRATIWI**

Nim : **11 200911**

Semester : **VI ()**

Jurusan/Prodi : **ILMU KOMUNIKASI**

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**Implementasi Program Corporate Social Responsibility
(CSR) PT. Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam
Mempertahankan Citra Perusahaan**

Adapun sumber data penelitian adalah :

PT. Pertamina Refinery Unit II Dumai

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n

Rektor
Dekan



Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Mahasiswa Bersangkutan



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/33263
T E N T A N G

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-3255/Un.04/F.IV.3/PP.00.9/06/2020 Tanggal 22 Juni 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **REVI NUR PRATIWI**
2. NIM / KTP : **11643200911**
3. Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN**
7. Lokasi Penelitian : **PT PERTAMINA REFINERY UNIT II DUMAI**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 23 Juni 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Dumai
3. Up. Kakan Kesbangpol dan Linmas di Dumai
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber: Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber: Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:

Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber: Penelitian yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:



Dumai, 28 Agustus 2020
No. 235/N000A0/2020-S0

Perihal : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Riset di PT Pertamina RU II Dumai

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di
tempat

Dengan hormat,

Merujuk surat Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau No.B-3255/Un.04/F.IV.3/PP.00.9/06/2020 tanggal 22 Juni 2020 perihal tersebut diatas, bersama ini disampaikan bahwa **Mahasiswa bernama Revi Nur Pratiwi – Nomor Mahasiswa 11643200911 telah melaksanakan Riset / Penelitian di Pertamina RU II Dumai Fungsi Comm,Rel & CSR RU II pada tanggal 13 Juli 2020 s/d 30 Juli 2020 dengan judul :**

"Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pertamina Refinery unit II Dumai Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan"

Demikian surat keterangan ini diberikan, agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Corporate Secretary,
Unit Manager Comm,Rel & CSR RU II,


Brasto Galih Nugroho



Refinery Unit II
Jalan Raya KilangPutri Tujuh
Dumai 28815 Riau - Indonesia
Telp 0765 443571 Fax 0765 35567
www.pertamina.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau memperbanyak seluruh atau sebagian dari karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Himpunan Milik UIN Suska Riau
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Revi Nur Pratiwi, lahir di Dumai pada tanggal 28 Januari 1998. Anak pertama dari 2 bersaudara, buah kasih pasangan dari Ayahanda Rasiman dan Ibunda Rusmini. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan tepat pada umur 6 tahun di Sekolah Dasar (SD) pada SDN 004 Teluk Binjai Dumai Timur tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Dumai dan selesai pada tahun 2013. Pada tahun yang sama juga penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) pada SMA Negeri Binaan Khusus Kota Dumai, penulis mengambil jurusan IPA dan selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2016 itu juga penulis terdaftar di salah satu Perguruan Tinggi Negeri Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Alhamdulillah selesai pada tahun 2020.

Selama menjalin bangku perkuliahan penulis aktif mengikuti beberapa organisasi internal Focus (Fotografi Of Communication Uin Suska) Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penulis juga pernah melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT Pertamina Refinery Unit II Dumai.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai doa dan kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim . alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT Pertamina Refinery Unit II Dumai dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”